

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт иностранных языков
Кафедра английского языка, методики и переводоведения

**Особенности перевода терминов в языке моды
XX-XXI веков**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа

допущена к защите

Зав. кафедрой

дата

подпись

Исполнитель:

Ананьина Татьяна Михайловна

Студентка группы БЛ-42

подпись

Научный руководитель:

Бабич Галина Николаевна

к. филол. н., профессор

подпись

Екатеринбург, 2018

Содержание

Введение	3
Глава 1. Основные понятия и концепции исследования терминов в языке моды	8
1.1. Понятие моды	8
1.2. Понятие термина и его статус в английском языке	16
1.3. Способы перевода терминов	23
1.4. Методологические особенности анализа и перевода терминов моды ...	28
Выводы по Главе 1	35
Глава 2. Практические вопросы перевода терминов (на примере перевода терминов в сфере индустрии моды XX-XXI вв.)	37
2.1. Особенности перевода терминов в сфере производства модной одежды, обуви и аксессуаров	37
2.2. Особенности перевода терминов в сфере парфюмерии и косметических средств	46
2.3. Особенности перевода терминов в сфере косметологических услуг	52
Выводы по Главе 2	58
Библиографический список	65
Приложение 1. Словарь терминов и терминов-сочетаний моды	71
Приложение 2. Опрос «Знаете ли вы термины моды?» Результаты опроса ...	80

Введение

В настоящее время с новой силой проходят процессы интеграции и глобализации деловых отношений, развитие международного сотрудничества сопровождается увеличивающимся объемом коммуникации в различных профессиональных отраслях. Одной из таких отраслей является индустрия моды, многоаспектная коммуникация которой определяет интерес к ней со стороны исследователей. Сфера моды рассматривается учеными сквозь призму различных гуманитарных наук: культурологии, философии, истории, психологии, социологии, лингвистики и т.д.

Однако в первой трети XXI века тема моды по-прежнему остается относительно новой для отечественной лингвистики. Если за рубежом научный интерес к текстопорождающему потенциалу моды обозначился в 60-е гг. XX в. в координатах французского структурализма, то отечественные исследователи обратились к его изучению только на рубеже XX-XXI вв. – на этапе кардинальной перестройки политической и социально-экономической систем страны, на этапе ее интеграции в мировое сообщество. В этот же период в стране, соответственно, происходит оперативное равнение экономики, политики и культурной жизни на западные образцы, образуется новый, постсоветский дискурс, развивающийся по западной модели.

Мода как феномен западноевропейской цивилизации в период с 1890 по 1960 гг. обретает современный облик международной индустрии, а российская экономика, в процессе перенимания западного опыта, знакомится со сформировавшимися алгоритмами моды лишь на рубеже XX-XXI вв., и потому происходит активизация научного интереса к данной теме в России. Представителей отечественной лингвистики привлек вопрос изучения моды в связи с появлением русскоязычных версий международных глянцевого журналов о моде, которые стали «первыми вестниками медиаглобализации в России», опередив процесс распространения Интернет и мобильной связи [Черменская 2006: 63].

Русифицированные версии международных журналов о моде также оказываются продуктом, созданным на основе заимствования уже существующего западного образца, что обуславливает отведение ключевой роли в формировании современного русскоязычного дискурса моды переводу и адаптации иноязычных текстов и созданию аналогичных им собственно русскоязычных.

Большинство гляцевых журналов в мире формировалось в соответствии с британскими и американскими стандартами жанра: «Большинство международных журнальных брендов, эксплуатируемых на новых рынках, в том числе и на российском, - родом из Великобритании и США» [Там же: 63].

По этой причине английский язык, имеющий статус международного языка современной индустрии моды, служит для развивающегося в России языка глянца на рубеже XX-XXI вв. Следовательно, говоря о роли перевода, адаптации и создания аналогичного текста по имеющемуся образцу в процессе формирования современного русскоязычного дискурса моды, мы имеем в фокусе внимания, прежде всего, англоязычный оригинал.

Работы российских лингвистов посвящены исследованию феномена моды: ее текстопорождающие возможности рассматриваются в рамках изучения жанра гляцевого журнала – его происхождения и развития, культурного значения и литературно-художественных особенностей, что актуализирует переводческую проблематику и диктует компаративистский характер научного исследования. Современный русскоязычный дискурс моды интересует российских лингвистов в основном с точки зрения происхождения лексики данной сферы с учетом высокого процента заимствований в ее составе, выявления особенностей освоения и употребления заимствований и уточнения их значений.

Проблема исследования состоит в трудности перевода терминов моды с английского языка на русский в связи с недостаточно освещенными вопросами становления, развития и формирования терминологического

словаря моды, этапами развития модной терминологии, ее современным состоянием, продуктивными способами терминообразования в этой области, типологическими и структурными особенностями терминологических единиц сферы моды, их тематической, а также лексико-семантической представленностью.

Таким образом, **актуальность** данного исследования обусловлена потребностью в комплексном изучении особенностей перевода модной терминологии, ее систематизации и использования с точки зрения лингвистики.

Соответственно, **целью** исследования является синхронное лингвистическое исследование терминологии моды XX-XXI вв.

Цель исследования обуславливает постановку и решение следующих **задач**:

- дать толкование понятию моды;
- рассмотреть понятие термина и его статус в английском языке;
- изучить способы перевода терминов;
- описать методологические особенности анализа и перевода терминов моды;
- выявить особенности перевода терминов в сфере производства модной одежды, обуви и аксессуаров;
- выявить особенности перевода терминов в сфере парфюмерии и косметических средств;
- выявить особенности перевода терминов в сфере косметологических услуг.

Объектом исследования послужила выборка английских терминов индустрии моды XX-XXI вв.

Предметом исследования является английская терминология в сфере индустрии моды XX-XXI вв.

В качестве **материала** для исследования использовались 150 примеров терминов индустрии моды, отобранные из различных книг о моде и дизайне

(«Louis Vuitton/ Marc Jacobs: In Association with the Musee des Arts Decoratifs», «Fashion Patternmaking Techniques Haute Couture»), каталогов одежды (ASOS), глянцевого журналов (Vogue, Elle), интернет-изданий модных журналов.

Научная новизна и теоретическая значимость работы заключается в эмпирическом материале, который не являлся до этого предметом специальных исследований.

Практическая значимость работы заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы при чтении в ВУЗах спецкурсов по переводоведению.

В соответствии с целью и задачами нашего исследования использован комплекс методов. Для решения поставленных в исследовании задач были использованы **методы** комплексного анализа публицистической и научной литературы по данному предмету, описания и классификации проанализированного материала, метод сплошной выборки, методы переводческой критики, опирающиеся на трансформационную и семантическую модели перевода, метод лингвостилистического анализа.

Структура данной выпускной квалификационной работы подчинена логике исследования и состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

В первой главе определяются исходные позиции исследования терминов в языке моды, делается обзор трудов отечественных и зарубежных ученых, в которых описываются особенности и способы перевода терминов, также описывается методология перевода терминов моды.

Вторая глава посвящена особенностям перевода терминов в различных сферах индустрии моды: модной одежды, обуви и аксессуаров, парфюмерии и косметических средств, а также косметологических услуг.

В заключении обобщены результаты проведенного исследования и сформулированы основные выводы.

Список использованной литературы включает 79 позиций. Основной теоретической базой исследования послужили научные работы отечественных

и зарубежных ученых в сфере терминоведения, таких как Лотте Д.С., Лейчик В.М., Татаринов В. И., Реформатский А.А., Гринев С.В. и др. Также теоретической базой по дискурсу моды послужили работы таких исследователей как, Которн Н., Долгова Т.В., Черменская С.М., Гришаева Т.А., Нешина Е.Б. и др. Здесь также представлены данные аналитических центров, сведения, опубликованные в глянцевах журналах и периодической печати, данные словарей, а также сведения, представленные в сети Интернет.

Глава 1. Основные понятия и концепции исследования терминов в языке моды

1.1. Понятие моды

Мода – неоднозначное явление культуры на сегодняшний день, но главным является то, что мода служит основным условием поведения покупателей на рынке. Все, без исключения знают, что это такое, практически каждый из нас следует моде. Но мало кто понимает принципы ее действия.

Мода становится значимой, если человек принимает для себя внешнюю норму действий как модную и затем это становится для него внутренней необходимостью. В данном случае общество по собственной воле старается угнаться за модой.

Структура моды включает в себя модные объекты и популярные эталоны действия. Модными объектами может стать все что угодно. К ним могут относиться: предметы одежды, стрижки, еда, спиртные напитки, табак, произведения музыкальной индустрии, произведения живописи, литературы, архитектурные модели, стиль жизни, виды спорта, места отдыха и т.д. Чаще оказываются в роли модных объектов одежда, популярная музыка, в значительно меньшей — жилище, еда. При этом наблюдается интересная взаимосвязь между практическими качествами предмета и его возможностью быть модным: те вещи, которые удовлетворяют первостепенные нужды человека, меньше всего подвергаются моде. Даже если предмет является необходимой жизненной потребностью и не входит в последний писк моды, а его свойства, которые не оказывают существенного влияния на удовлетворение базовых нужд, могут являться общераспространенными модными объектами (например, фасоны теплой одежды, обуви, мебели) [Электронный источник: <https://psyera.ru>].

Модные стандарты включают не только модные вещи, но и поведение, обусловленное модой: стиль хиппи, стиль яппи, стиль хип-хоп, поведение «новых русских» и т.п.; сюда же относятся танцы, песни, прически.

Основные черты моды как нормы социального поведения:

- историчность. Издревле мода относилась только к высшему типу сословий и не оказывала большого влияния на поведение иных сословий. Но со временем мода стала значительно регулировать социальные нормы, поведение, относительно определенного времени. Это стало происходить уже в 19 веке.

- современность. Этот фактор является главной отличительной чертой : чем новее мода, тем ее качество выше ценится;

- диффузность, универсальность. Мода функционирует независимо от региональных, государственных и этнических границ, игнорирует различия между классами и слоями общества. Мода возможна только в обществе, где отсутствуют внутренние жесткие перегородки и которое открыто внешнему миру. Это парадоксально сочетается со сказанным выше о конкретно-историческом и сословном характере моды;

- демонстративность. Популярный предмет приобретает с целью демонстрации находящимся вокруг. Предмет пользования превращается в модный при условии если общество его каким либо образом оценило. Не свойственно прятать такой предмет.

Кроме того, существует еще один парадокс, который заключается в двойственной функции моды. Во-первых, это осуществление необходимости выделяться. В нынешних условиях, когда все мы становимся равны, мода выполняет функцию внешне выражаемого классового обособления, в котором референтные группы находятся на более высокой ступени социальной лестницы. Во-вторых, это реализация потребности не отличаться от других.

Процесс формирования моды – это неискончаемое состязание: категории, являющиеся предметом эталона стараются убежать от масс, а массы стремятся их догнать.

Создатели моды намного независимее большинства обывателей и являются организаторами культурных сдвигов. Но они могут утратить собственное культурное богатство и оторваться от массы в том случае, если будут целиком пренебрегать культурой и делать резкие рывки в сторону. По этой причине они должны быть равны со всеми, но быть на шаг впереди. Поэтому возникает такое обязательное свойство моды, как стремление к чему-то новому, носящее постоянный, непредсказуемый по направлению характер.

На данное явление значительно влияет капиталистическое общество. Производство может двигаться вперед в соответствии с нормой только при условии массового потребления. Реальный доход возникает только посредством массового производства. У производства не будет стимула двигаться вперед, если люди будут использовать вещь до тех пор, пока вещь не придет в абсолютную негодность. Вечным двигателем для создателей моды является старание немного отклониться от массы, всегда быть впереди других. Как говорилось выше, мода похожа на постоянную гонку, в которой массы пытаются догнать творцов и быть похожими на них, опередив их. И творцам моды удастся оторваться так как они имеют значительно больше материальных ресурсов. Тем не менее, со течением времени, их модели становятся предметом массового потребления, снова происходит гонка творцов и масс.

По этой причине мода формируется в социуме, где преобладает значительное социальное неравенство, но где возможна конкурентная борьба. Например, дворник может подражать президенту в одежде, причёске, стиле жизни, при условии что ему хватит на это денег. Это суть общества, где есть равенство прав при неравенстве возможностей

Научные изыскания в области моды междисциплинальны – лингвистика, история, философия, социология, психология, культурология, экономика и другие науки исследуют моду в особом научном ракурсе. Так, философия рассматривает моду в разделах этики, социальной философии и философии искусства, разнообразные психологические трактовки

акцентируют внимание на роли моды в удовлетворении тех или иных психических потребностей человека, культурологи видят моду как периодическую смену образцов культуры, а в рамках экономического подхода она изучается как фактор развития производства, регулятор поведения потребителей и эффективный способ расширения сбыта. Однако при наличии довольно большого количества исследований феномена моды в различных научных областях, концептуального единства в его понимании обнаружить не удастся из-за отсутствия отдельной научной дисциплины, которая могла бы условно именоваться «наукой о моде».

Научный журнал «Теория моды: одежда, тело, культура», действующий на отечественной арене периодики с 2007 г. как российская версия британского журнала «Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture», применил синтезирующий подход к различным научным разработкам в области моды. Одной из главных целей проекта является «создание профессионального содружества представителей разных специальностей, заинтересованных в изучении моды, пространства для дискуссий и, в конечном счете, нового информационного поля в гуманитарном знании» [Электронный ресурс: <http://magazines.russ.ru>]. В условиях такой коммуникации специалистов разного профиля в будущем возможно формирование единого подхода к изучению моды с собственным понятийным аппаратом. Однако до тех пор каждая из различных областей знания дает собственную трактовку понятия моды и ее механизмов, при этом каждая из существующих научных концепций отражает «социальную сущность моды такой, какая она была в определенную эпоху» [Электронный ресурс: <http://ecsocman.edu.ru>].

Исследователь Е.Б. Нешина, в процессе формирования периодизации эволюции феномена моды, начало которой параллельно процессу закрепления слова мода в романо-германской языковой группе (эпоха Средневековья в Западной Европе), отметила, что первоначальная трактовка моды была связана с определенной манерой одеваться. т.е. приравнивалась к костюму в широком

смысле этого слова. Но ускоренный процесс смены костюма при Бургундском дворе поспособствовал трансформации понимания моды из способа действия в цель действия человека [Нешина 2007: 54].

Если учесть, что мода была доступна привилегированному сословию вплоть до XX в., то в книгах по истории моды конца XIX в. мода Средневековья и Возрождения демонстрировалась исключительно на примере одежды королевского двора. В XIX в. данное положение было единственным средством характеристики отношения человека к моде: «не имея возможности угнаться за властью, за богатством, терпя поражения в охоте за славой, он может гнаться за модой». В этой связи в 1516 г. английский гуманист Томас Мор в своем сочинении «Утопия» критикует моду как маркер социального статуса, настаивая на том, что демонстрация нарядов приводит к разделению общества [Электронный ресурс: <http://lib.ru>]. Не случайно население его воображаемой Утопии на законодательном уровне обязуется носить одинаковую одежду – рубашки свободного кроя из простых тканей нейтральных цветов. Т. Джексон и Д. Шоу посчитали этот утопический идеал антитезой фактических законов, которые действовали в современной Т. Морю Англии [Джексон 2011:19]. Авторы говорили о так называемых сумптуарных законах (лат. *leges sumptuariae*), которыми ограничивали население от сверх потребления предметов роскоши и облагали налогом тех, кто на такие предметы большие суммы, а это наоборот ярче говорило о социальном положении и финансовом благополучии последних. Аналогичными законодательными актами в различные исторические эпохи регулировался процесс по защите аристократического строя от уравнивания с мещанами, имеющими высокий доход, и стремящиеся, подобно зажиточным крестьянам, в одежде подражать аристократии.

И. Кант, основоположник классической немецкой философии, раскритиковал моду, которая приняла на себя роль выразителя сословных различий. По мнению философа, мода есть проявление тщеславия и глупости, есть последствие социального и материального неравенства: «Естественна

склонность человека сравнивать себя в своем поведении с кем-нибудь более авторитетным (ребенок – со взрослым, простые люди – с более знатными) и подражать его манерам. Закон этого подражания – стремление казаться не менее значительным, чем другие, и именно в том, причем не принимается во внимание какая-либо польза, – называются модой» [Кант 1966: 489].

Американский экономист и социолог, описывая уже буржуазное общество, предложил другую концепцию функционирования моды, согласно которой первостепенное значение приобретают имущественные различия, что размывает границу между разными слоями общества и не исключает перехода из одного слоя в другой. Ключевым регулятором функционирования буржуазного общества является закон «демонстративного потребления», в основе которого лежит «предрасположенность людей к соперничеству», за которым, соответственно, следует постоянное доказательство своего социального и материального превосходства, а средствами его выражения становятся демонстративная праздность и демонстративное потребление [Веблен 2011: 113-120]. А одежда, по теории Веблена, является формой «денежной культуры», складывающейся в условиях «денежной цивилизации». Одежда дает индивиду наилучшую возможность для демонстрации уровня своего достатка и, следовательно, выполняет функцию обеспечения ему уважения и почета.

Уже в XX в. с приходом массового производства и увеличением доходов среднего класса описанные ранее теории лишились силы аргументов и были раскритикованы: мода перестала быть привилегией высшей страты и стала открытой для широких слоев. Так как одежда лишилась роли выразителя классовых различий, в 60-70-е гг. появились принципиально новые концепции моды. Сформировался новый взгляд, согласно которому мода в качестве классического феномена возможна исключительно в обществе без жестких внутренних сословно-кастовых перегородок, открытом внешнему миру.

Тем не менее, с упразднением жестких классовых границ мода становится частью общества, где при значительном экономическом

неравенстве существуют высокая социальная мобильность и равенство политических прав. «Мода, как массовое социальное явление, играющее важную экономическую, культурную и политическую роль, является спутником складывающейся экономики массового производства и массового потребления, а также подвижной социальной структуры, в которой положение индивида определяется не принадлежностью к тому или иному сословию или касте, а лично достигаемым статусом. В таком обществе мода выступает своеобразным механизмом изменения материальных и духовных ценностей и охватывает искусство, науку, технику, политику, спорт и т.д. [Гришаева 2008: 51].»

Теория коллективного выбора социолога Г. Блумера дает иное понимание моды как феномена массовой культуры. В своем сочинении «Мода: от классовой дифференциации к коллективному отбору» он рассматривает вопрос относительно иной социокультурной ситуации, отмечая, что мода в Европе в XVII - начале XX вв. и в Америке во второй трети XX в. функционирует по разным законам. В основу ее функционирования социолог ставит не желание людей демонстрировать материальное благополучие и не стремление подражать или отличаться, а действие механизма «коллективного выбора» как одного из видов коллективного поведения, отличающегося спонтанностью и отсутствием идеологии [Блумер 1969: 99] .

Трактовки моды как эстетического явления принадлежат представителям различных областей знания. – философии, истории искусства и костюма антропологии и др., – репрезентирующих моду с различных ракурсов: как проявление эстетического вкуса, художественный стиль определенной исторической эпохи, изменение эстетического идеала времени или особую художественную деятельность, имеющую отношение преимущественно к костюму.

Интерпретация моды как эстетического вкуса противоречива. Например. И. Кант мыслил, что мода существует независимо от вкуса и даже

может противоречить ему [Кант 1966: 489], а Г. Гегель считает вкус чувством обывательским, избегающим глубокого воздействия со стороны искусства, глухим к истине и сути художественного произведения. Тем не менее, по его мнению, индивидуальные, субъективные вкусы отдельных людей – так же, как вкусы целых народов, – могут служить критериями прекрасного и безобразного [Гегель 1968 : 281]. В этом смысле эстетические вкусы определенной исторической эпохи определяют ее собственную эстетику или стиль. Так, в истории европейского искусства исторически сменяли друг друга различные стили: классический, романский, готический, византийский, ренессанс, барокко, рококо, ампи́р и т.д.

С точки зрения психоанализа, движущей силой моды является комплекс неполноценности, связанный с бессознательными процессами.

Детальную разработку анализ моды приобретает и в эссе «Мода, или феерия кода» Ж. Бодрийяра, который понимает моду как знаковую систему: «С переходом от кустарного производства единичных экземпляров к массовой индустрии, от ограниченного числа знаков к массовой их циркуляции наступает смерть обязательного классового, сословного или кастового знака. Теперь он доступен в использовании представителю любой группы» [Бодрийяр 2000: 114]. Следовательно, традиционные коды утрачивают свое значение: вошедшие в моду в постмассовый период вещи перестют давать информацию о характеристиках человека. Однако вопрос о том, куда исчезают знаки, которые функционировали в культурной системе ранее и память о которых может существовать, по крайней мере, на протяжении жизни последнего поколения, заставшего эту эпоху, остается открытым .

Итак, в данном параграфе, при обращении к историческому и хронологическому аспектам, было рассмотрено понятие моды с точек зрения различных гуманитарных наук, были описаны основные научные теории моды, имеющие статус классических. С одной стороны мода долгое время выполняла роль разграничения сословий и демонстрирования благосостояния, но с XX в и до нашего времени феномен моды воспринимается в концепции

«коллективного выбора». Можно отметить, что интерес к феномену моды появился на рубеже XIX-XX вв. и особенно актуален на сегодняшний день. Современные социологи моды связывают данный феномен с различными идентичностями – гендерными, возрастными, этническими и т.д. Помимо прочего, в современности мода стала пониматься как идеология, оживлению которой поспособствовали гляцевые журналы, как индустрия, на платформе которой происходит производство, рекламирование и распространение продуктов моды. В связи с вышеизложенной информацией по дискурсу моды, можно выделить рабочее определение данного понятия. Итак, основываясь на обширности данного понятия, мода это – единство привычек, ценностей и вкусов, установленных в конкретной ситуации и конкретный период, являющиеся двигателями производства.

1.2. Понятие термина и его статус в английском языке

В предыдущем параграфе при рассмотрении понятия моды, было выделено, что к XXI мода стала, согласно нескольким классическим теориям, идеологией, с одной стороны, и индустрией – с другой. За временной промежуток своего развития и усложнения, область моды вобрала в себя большое количество терминологии, которой на сегодняшний день в условиях международного сотрудничества оперируют журналисты, модельеры, стилисты, производители модной одежды, что, в свою очередь, требует усовершенствования и систематизации языка данной области. Для лингвистов особый интерес представляет изучение терминологической системы языка моды. Прежде чем приступить к рассмотрению особенностей образования терминов и их перевода на русский язык, требуется подробно изучить понятие «термина».

Изучение вопроса статуса и семантики терминологии различных наук требует тщательного изучения. Это объясняется международным уровнем

современной науки и стремлением к преобразованию терминов в единую систему для преодоления языковых барьеров между различными народами в разных сферах нашей жизнедеятельности. Существование и развитие любой науки на современном этапе невозможно без терминов и терминологии. Термины передают смысл новых или уже существующих понятий [Электронный ресурс: <http://human.snauka.ru>].

Еще в середине прошлого века о возникновении многих терминов в языках нельзя было и предположить. Целенаправленное же изучение английской и русской терминологии началось в науке сравнительно недавно – в 1990х гг. XX в.

Различные аспекты, связанные со специальной лексикой, терминологическими системами, явились объектом исследования многих известных лингвистов. Среди них можно назвать такие имена, как В.В.Виноградов, Г.О.Винокур, А.А.Реформатский, В.А.Татаринов, Д.С.Лотте, В.М.Лейчик, В.П.Даниленко, Т.Л.Кандеаки, Л.Л.Кутина, Г.П.Мельников, М.А.Макарченко, О.Д.Митрофанова и многие другие.

Интересен тот факт, что сам термин «терминология» является иллюстрацией необходимости упорядочения специальной лексики. До недавнего времени, как указывает профессор С.В.Гринев, он обозначал три разных понятия: «система терминов определенной области знания», «вся совокупность терминов языка» и «наука, изучающая термины» [Гринёв 1993: 56]. В целях избежания сложностей в толковании данного термина для обозначения второго понятия был принят термин «терминологическая лексика» или «терминолексика», а для последнего понятия в 1969 году был предложен термин «терминоведение». Еще более неоднозначно обстоит дело с английским термином «terminology», который в современных работах [Rey 1995: 78] используется во всех трех значениях, несмотря на тот факт, что в английском языке существует эквивалент русского термина «терминоведение» ~ «science of terminology».

Таким образом, наблюдается отсутствие изоморфизма терминологических соответствий в русском и английском языках. В настоящей работе для разграничения описанных выше понятий и во избежание неоднозначности понимания мы используем термины «терминология», «терминолексика» и «терминоведение».

Терминологическая лексика или терминоексика (как было упомянуто выше) является одним из основных путей пополнения словарного состава языка. Английская терминология характеризуется рядом особенностей по сравнению, во-первых, с ее эквивалентами в русском языке, во-вторых, с терминологическими системами других специальных областей знания и, в-третьих, с лексиконом общеупотребительного пласта естественного языка.

По данным исследователей, свыше 90% новых слов, появляющихся в современных лексиконах, составляет специальная лексика. Термин представляет собой центральную единицу специальной лексики, основной объект изучения терминоведения и предмет описания терминологической лексикографии. Для проведения анализа рассматриваемого материала необходимо, в первую очередь, определить понятие термин.

Существует множество определений вышеупомянутого понятия. На наш взгляд, наиболее важными являются определения А.А.Реформатского, Д.С.Лотте, В.И.Татаринова, В.М.Лейчика, подчеркивающие соотнесенность термина с понятием, принадлежащим к какой-либо области знаний или деятельности (в описываемом случае речь идет об области переводоведения).

Так, по словам Д.С.Лотте, «термин – это слово или подчинительное словосочетание, имеющее специальное значение, выражающее и формирующее профессиональное понятие и применяемое в процессе познания и освоения научных и профессионально-технических объектов и отношений между ними» [Лотте 1961: 36].

В.М.Лейчик под термином понимает «лексическую единицу определенного языка для специальных целей, обозначающую общее –

конкретное или абстрактное – понятие теории определенной специальной области знаний или деятельности» [Лейчик 2006: 79].

А.А.Реформатский считает, что термин – это «слово (или сочетание слов). являющееся официально принятым и узаконенным наименованием какого-либо понятия в науке, технике, искусстве» [Реформатский 1999: 378].

Вслед за Д.С.Лотте, В.М.Лейчиком, А.А.Реформатским сделаем вывод о том, что термином может быть слово или словосочетание, которое выполняет функцию языкового средства номинации специального понятия, является членом определенной терминосистемы и требует дефиниции.

Существуют определенные признаки, характерные для термина. Д.С.Лотте, один из первых разработчиков критериев, назвал большинство основных требований, предъявляемых к термину:

- 1) абсолютная и относительная однозначность;
- 2) отсутствие синонимов;
- 3) соответствие буквального и действительного значений (мотивированность);
- 4) систематичность (системность);
- 5) краткость;
- 6) простота и понятность;
- 7) точность;
- 8) внедренность;
- 9) независимость от контекста;
- 10) недопустимость необоснованных иноязычных заимствований («своеязычность» термина)

Другими учеными этот перечень был дополнен:

- 11) внеположенность термина модальности, экспрессии и стилистике; «интеллектуальная чистота» термина, то есть «отрешенность его от образных и эмоциональных переживаний»;
- 12) конвенциональность;
- 13) принадлежность к специальному языку;

- 14) лингвистическая правильность;
- 15) словообразовательная способность (деривативность);
- 16) интернациональность;
- 17) благозвучие;
- 18) современность. [Лотте 1961: 98]

При упорядочении терминологии вышеперечисленные требования являются приоритетными. Предметного специалиста в термине интересует преимущественно содержательное понятие, охватывающее все стороны предмета, его свойства и связи с другими предметами.

На основании определения и признаков термина приходим к следующему выводу:

терминосистема – фрагмент преимущественно «научной картины мира», она обладает такими чертами, как упорядоченность, сравнительная полнота и относительная точность в обозначении понятий, актуальность (на момент создания).

Потребность в обмене различного рода информацией наряду с развитием дискурса моды предопределены объективными условиями развития общества и должны стать существенной причиной возникновения терминологической общности русского и английского языков в подязыке лингвистики, который представляет необходимые лексические средства для общения и описания этой сферы деятельности.

Многими исследователями было подробно рассмотрено развитие терминоведения и выделены его этапы. Е.В. Павлова и Т.Г. Лаптева [Лаптева, Павлова 2014: 36-38] предлагают пять этапов терминоведческих исследований:

1. Первый этап (до 30-х гг. XX в.) – подготовительный период, в течение которого проводились разрозненные исследования в попытке систематизировать термины отдельных наук;

2. Второй этап (30-60-е гг. XX в.) – период разработки основных положений теории термина. В этот период закладываются теоретические

основы терминоведения. Работы в области изучения терминологий ведутся такими учеными, как Д.С. Лотте, Э.К. Дрезен, Г.О. Винокур, А.А. Реформатский;

3. Третий этап (конец 60-х – начало 80-х гг. XX в.) – терминологи решали вопрос о специфике термина, его месте в лексической системе языка. В этот период появлялись монографии, научно-технические словари, терминоведение было признано самостоятельной комплексной научной дисциплиной. Данный период представлен работами А.С. Герда, Р.Ю. Кобрина, В.П. Даниленко, В.Л. Налепина, Л.Б. Ткачевой, К.А. Авербуха и др.;

4. Четвертый этап (80-е гг. XX в.) – считается этапом зрелости терминоведения, т.к. активно начинают печататься учебники и учебные пособия, начинают функционировать терминологические центры. Данный период представлен работами следующих ученых: В.М. Лейчик, С.Д. Шелов, С.В. Гринев, Ю.Н. Марчук, А.В. Суперанская и др.;

5. Современный, новейший этап (с 90-х гг. XX в.) – на пятом этапе преобладают практические разработки над теоретическими. В середине 90-х гг. было создано Российское Терминологическое общество во главе с В.А. Татариновым. Исследовательская база пополнилась новыми именами: Л.М. Алексеевой, М.Н. Володиной, И.С. Кудашева, Г.П. Мельникова [Там же: 36-38].

Анисимова А.Г. в свою очередь находит отличительную особенность новейшего этапа в интеграции наук, что обуславливает взаимообмен терминологией различных научных областей, называемый междисциплинарной омонимией, вследствие этого происходят изменения методологии изучения терминологии [Анисимова 2010:5].

Например:

reaction 1) в химии, 2) в филологии, 3) в политике;

reduction 1) в философии, 2) в юриспруденции, 3) в фонетике;

assimilation 1) в этнографии, 2) в фонетике [Капанадзе 1965:79].

В пределах лексической системы языка термины проявляют те же свойства, что и другие слова, то есть им свойственна и антонимия, и идиоматика. Например, термин «valve» в машиноведении обозначает «клапан», в радиотехнике «электронная лампа», в гидравлике «затвор»; термин «power» в физике означает «мощность», «энергия», в математике – «степень», в оптике – «сила увеличения линзы»

Возвращаясь к лингвистическим особенностям терминов, обращаем внимание, что главным критерием термина является однозначность. Но, начиная с середины XX вв. по настоящее время имеет место в научных разработках по упорядочению терминологии проблема многозначности термина. Существует несколько причин, объясняющих наличие данной проблемы: нехватка корневого словарного состава языка по сравнению с количеством научных понятий, использование одного термина для дефиниции разных понятий, относящихся к одному и тому же явлению, и т.п. [Анисимова 2010: 8].

Обращаясь к статусу понятия «термин» в английском языке, мы рассмотрели историю развития терминоведения в Европе. Терминоведение как самостоятельная наука сложилась, подобно российской, относительно недавно, в первой трети XX в., и связана с именем австрийского лингвиста Ойгена Вюстера [Wuster 1931:431], в будущем ставшим основателем Венской терминологической школы и международной терминологической организации «INFOTERM». В своей докторской диссертации «Международное нормирование речи в технике и электронике» 1931 г. ученый отдавал предпочтение греческим и латинским основам при выделении терминов из лексикосферы национального языка. Причем в данный период понятие «термин» было второсепенным, недостаточно освещенным, в противовес ему основным понятием терминоведения выступал «concept» (понятие) как идея о чем-либо [Picht 2006: 33].

Статус терминоведения среди европейских ученых двоякий, так как ранее данная наука «была до некоторой степени запущенной областью

лингвистики. Но не случайно языковеды долгое время уделяли терминологии так мало внимания. Ведь изучение ее основано на принципах, лежащих в значительной мере за пределами компетенции традиционного лингвиста»

Анализ научного материала продемонстрировал следующие результаты: термин – многоплановое и многофункциональное понятие науки терминоведения, которое играет важную роль в научной коммуникации. Несмотря на то, что на протяжении полувека он был объектом пристального изучения ученых, остается много открытых вопросов, среди которых наиболее актуальна проблема разработки однозначного толкования, в котором будут совмещены «лингвистический, философский и профессионально-коммуникативные подходы» [Борисова 2008: 31]. В следующем параграфе изучение терминов будет продолжено с точки зрения переводоведения, будут рассмотрены способы перевода терминов.

1.3. Способы перевода терминов

При поиске информации о способах перевода терминов было проанализировано большое количество научной литературы и исследовательских работ, как по техническим, так и по гуманитарным темам. В некоторых научных работах исследователи обращали внимание на разницу между гуманитарными и общественно-политическими науками и науками техническими и естественными. Среди отечественных ученых проблематикой разделения наук на гуманитарные и технические занимаются М.Б. Бахтин, Д.С. Лихачев, М.А. Розов. В 1997 году Розов писал, что традиция разделения наук существует по причине методологических проблем гуманитарного характера [Розов 1986: 55].

Опираясь на перечисленные положения, терминологию гуманитарных наук можно рассматривать всю целиком, так как, с точки зрения методологии перевода терминов этих научных дисциплин, общие для них критерии

превосходят частные. Это значит, что можно анализировать гуманитарную область знания в целом, выявляя присущие составляющим ее областям знания закономерности образования, функционирования и перевода терминов.

В процессе перевода переводчик сближает две лингвистические системы, одна из которых эксплицитна и устойчива, а другая – потенциальна и адаптируема. Перед глазами переводчика представлен так называемый пункт отправления. Задача переводчика – создать так называемый пункт прибытия. Сначала переводчику требуется проанализировать оригинальный текст, оценить дескриптивное, аффективное и интеллектуальное содержание единиц перевода, которое он вычленил; также ему требуется восстановить ситуацию, описанную в сообщении, взвесить и оценить стилистический эффект и т. д. Но помимо перечисленных операций переводчику нужно выбрать какое-то одно решение. В некоторых случаях он достигает этого так быстро, что у него создается впечатление внезапного и одновременного решения. В процессе чтения на исходном языке почти автоматически образуется сообщение на языке перевода; переводчику остается только проконтролировать еще раз исходный текст, чтобы убедиться, что ни один из элементов исходного языка не упущен, после чего процесс перевода закончен [Комиссаров 2001: 146].

Среди наиболее частых способов перевода терминологических новообразований исследователи отмечают калькирование, транслитерацию, функциональную замену, а также их комбинации.

По Л.С. Бархударову калькирование «заключается в передаче безэквивалентной лексики исходного языка при помощи замены ее составных частей – морфем или слов (в случае устойчивых словосочетаний) их прямыми лексическими соответствиями в языке перевода» [Бархударов 1975: 99]. Точку зрения Л.С. Бархударова поддерживает Т.А. Казакова, которая характеризует калькирование как «воспроизведение комбинаторного состава слова или словосочетания, когда составные части слова (морфемы) или фразы (лексемы) переводятся соответствующими элементами переводящего языка.» [Казакова 2001: 88].

Я.И. Рецкер отмечает, что «перевод-калька обычно применяется при передаче значения сложных слов и терминов словосочетаний», приводя в подтверждение этому следующие примеры: brain drain – «утечка мозгов»,

shadow government – «теневое правительство» и многие другие. Также отмечается, что калькированию могут подвергаться элементы целых смысловых групп, таких как: men of good will – «люди доброй воли», the line of least resistance – «линия наименьшего сопротивления» и т.д. [Рецкер 1982: 32].

Существуют примеры калькирования различных английских слов, из которых видно, что создание нового слова происходит в результате копирования структуры исходной лексической единицы: superpower – «сверхдержава»; mass culture – «массовая культура»; green revolution – «зеленая революция». Во многих случаях использование калькирования сопровождается изменением порядка калькируемых элементов: first-strike weapon – «оружие первого удара»; land-based missile – «ракета наземного базирования». Из сферы моды можно привести такие термины, как: model – «модель», photographer – «фотограф», fashion blogger – «фэшн-блогер», accessory – «аксессуар», high fashion – «высокая мода» и т.д.

Калькирование не может считаться простой механической операцией, поскольку при данном способе перевода зачастую используются различные трансформации. Т.А. Казакова перечисляет следующие трансформации: изменение падежных форм, количества слов в словосочетании, порядка слов, морфологического или синтаксического статуса слов и т.д. [Казакова 2001: 88].

Как уже говорилось выше, перечисленные способы перевода терминов часто приходится комбинировать. Калькирование, например, может сопровождаться приемами грамматическими и лексическими или лексико-семантическими.

Среди грамматических приемов можно выделить следующие:

1. Замена частей речи. Например, когда заменяется английское существительное в роли определения по отношению к главному

существительному: *system administration* – «системное администрирование». Также может наблюдаться замена английских глаголов русскими существительными: *catalog shoot* – «съемка для каталогов». *Shoot* является глаголом «снимать», «фотографировать», но при переводе на русский язык лучше передать его существительным.

2. Перестановка слов в словосочетании. Такой прием применяется, когда прослеживаются различия в грамматическом строе английского и русского языков: *virtual infrastructure tool* – «инструмент виртуальной инфраструктуры», *server virtualization* – «виртуализация сервера». В терминологии моды это: *garment piece* – «деталь одежды». Последнее слово в английских словосочетаниях всегда является ключевым, а в русском языке оно выносится вперед.

3. Развертывание. Данный прием состоит в разделении лексической единицы на составляющие, в каждой части содержится исходная информация. Например, существительное *filesystem* – «файловая система» и существительное *lifecycle* – «жизненный цикл», в терминологии моды это: *beachwear* – «пляжная одежда», *underwear* – «нижнее белье» и т.п. В таких примерах английские сложные существительные переводятся на русский язык словосочетанием существительное + прилагательное.

Среди лексических и лексико-семантических приемов выделяют:

1. Комбинация калькирования и транслитерации. Этот прием используется для перевода сложных существительных, например, из терминологии моды, *uniform* – «униформа» (где числовая приставка *uni*, в значении «один», пришла из греческого языка), *polyester* – «полиэстер» (где приставка *poly*, также имеющая греческое происхождения, означает «много»). В русском языке по подобному принципу существуют слова «метафизика», «парапсихология» и т.п.

2. Конкретизация, при которой слова в словосочетании с широким значением заменяются словами с более узким значением.

3. Генерализация – прием замены единицы исходного языка с менее широким значением единиц языка перевода с более широким значением.

Но конкретизация и генерализация являются малоупотребительными приемами.

Среди способов перевода терминов существует также транскрипция и транслитерация. Транскрипция это воспроизведение того, как слово звучит, а транслитерация – воспроизведение буквенного состава иностранного слова на языке перевода. Но в практике перевода популярен некоторый симбиоз транскрипции и транслитерации. Это распространено по причине сильного отличия фонетической и графической структуры различных языков, и сам процесс транслитерации и транскрипции языковой единицы весьма условен.

Известно, что при рассмотрении отдельных языковых пар требуются индивидуальные правила транскрипции и транслитерации. Например, при переводе с английского языка на русский характерна транслитерация некоторых сочетаний согласных, к которым артикуляция русского языка не приспособлена, транслитерация редуцированных гласных; передача удвоенных согласных между гласными, а также стоящих в конце слова; сохранение особенностей орфографии отдельной языковой единицы.

Также существует способ функциональной замены, применимый в том случае, если ни одно словарное соответствие не согласуется с контекстом. В некоторых случаях артикли в английском языке имеют вместе с грамматическим значением смысловую нагрузку. Например, *They were powerful enough not to need a tsar, especially the tsar.* – «Они были достаточно сильны, чтобы не нуждаться в каком-то царе, особенно в таком царе». В данном примере смысловая роль английского артикля компенсируется при переводе на русский язык за счет местоимений.

Способ функциональной замены также имеет вспомогательный прием конверсии, при которой происходит изменение морфологического статуса формы. В основном, конверсия применяется при работе с безэквивалентными грамматическими формами.

Итак, рассмотрев способы перевода терминов, включая вспомогательные приемы, можно приступать к практической части исследовательской работы – рассмотрению особенности перевода терминов уже, непосредственно, сферы моды.

1.4. Методологические особенности анализа и перевода терминов моды

Прежде чем приступить к описанию особенностей перевода терминов сферы моды, требуется провести анализ исследуемого материала. Известно, что индустрия моды находится в стадии активного развития, что обуславливает возникновение новых узкоспециальных терминов или, наоборот, терминов, вступающих в отношения полисемии или получающих новую окраску и специфику. В таких условиях перед переводчиками появляется проблема интерпретации термина.

Затрагивая связь языка и моды, необходимо выделить, что оба понятия являются знаковыми системами, наряду с другими подобными знаковыми системами, без которых нельзя представить себе жизнь человеческого общества — орнамент, музыка, танец. архитектура, Костюм — это тоже знак, который несет смысловую нагрузку.

Коммуникация в каких-либо конкретных областях, сферах деятельности подразумевает специальный профессиональный язык, т. е. терминологию. Терминология существует во всех национальных языках мира. Терминосистемы бывают весьма разнообразны: различные согласно объему, сформировавшиеся и совсем не так давно возникшие, упорядоченные и нет, со специфичными терминами или легко узнаваемыми. Проведем несколько примеров. Суп — это кулинарный термин, скорость света — термин физики, гематома — медицинский термин, и даже слово термин является термином языкознания.

Существуют классификации терминов по разным основаниям: структурно простые и сложные, термины собственного языка и заимствованные и так далее. В данной работе представлена классификация в соответствии с профессиональной узнаваемостью.

1. Примеры наиболее узнаваемых терминов сферы дизайна одежды и моды могут быть такие как : модель, манекен, подиум, показ и даже нитка с иглой. Эти слова понятны как профессионалу, так и любому носителю языка.

2. Есть термины, которые вызовут затруднения в понимании. Но у людей, которые интересуются модой, хотя и непрофессионально, данные понятия на слуху. Все модники мира знают, что такое лабутены и Kelly bag.

3. Последний тип терминов будет понятен только профессиональным кругам. Вот небольшой тест, насколько хорошо мы знаем следующие термины: складка Ватто, эгрет, нансук, парасоль, пластрон, саронг [Долгова 2014: 36].

Вероятно, затрудняет понимание и не позволяет нам дать определения тот факт, что все примеры являются терминами иностранного происхождения.

Некоторый слой лексики, состоящий из профессиональных терминов составляет заимствования из других языков. Заимствованием можно назвать элемент (морфема, слово, словосочетание), проникающий из одного языка в другой в результате языкового контакта. Во всем мире практически отсутствуют однородные по составу языки. Например, как считают ученые, английский язык состоит из 70 % заимствований.

Заимствование это не только взятое из другого языка слово, но и сам процесс перехода слова из одного языка в другой. Заимствования могут быть кратковременными или процесс может занимать несколько лет, как это неоднократно было в истории. Заимствование может переходить из одного языка в другой напрямую или же опосредованно, то есть через

третий язык или другие языки. Например, во времена Петра Первого в русский язык проникло большое количество иностранной лексики самых разных сфер деятельности. Эта лексика попадала напрямую из немецкого языка в русский. А такие термины, как берет (итальянское слово по происхождению), корсет (испанский термин), пришли в русский язык опосредованно, через английский или французский языки.

В каждом языке можно выделить большие периоды заимствования. В русском языке есть 4 периода, которые неразрывно связаны с историей и становлением Российского государства.

1. XI—XII века (период христианизации Руси);
2. начало XVIII века (реформы Петра Великого);
3. вторая половина XVIII века — XIX век (развитие промышленности);
4. вторая половина XX века — начало XXI века (современный период глобализации).

Следует указать, что происходило в индустрии моды во второй половине XX века. Почти все Дома моды находились в Европе и с началом Второй мировой войны либо закрылись, либо переехали в США. Именно там дизайнеры продолжали творить. Именно в США открывалось и развивалось новое массовое производство одежды, изобретались новые виды тканей (например, nylon — нейлон), зарождались новые стили и направления моды (street fashion — уличная мода).

Причины заимствований могут быть разнообразными, в большей степени экстралингвистическими:

- историческое и географическое взаимодействие языков и культур;
- научно-технический прогресс;
- дифференциация уже существующих и возникновение новых понятий;

- терминологическая недостаточность (отсутствие понятий в родном языке);
- социально-психологические причины;
- глобализация.

Например, термин «килт» проник из шотландского в английский язык в силу географической и культурной близости народов.

Развитие науки и техники позволило термину nylon быстро распространиться во многие развитые языки мира благодаря широкому использованию самого материала.

Появление нового понятия «бикини» привело к появлению термина, которого ранее не было ни в одном языке мира.

Существует языковая мода — погоня за модными, престижными словами. Человек получает более высокий социальный статус, используя в речи модные слова и выражения. Используя модную лексику, мы демонстрируем не уровень образованности в целом, а уровень осведомлённости в последних тенденциях, уровень информированности.

Открытость границ, глобализация экономики и сближение культур способствуют быстрому и лёгкому заимствованию из одного языка в другой. В постсоветские времена в нашей стране открылись границы, стали наблюдаться языковые контакты, появились разнообразные источники информации.

На современном этапе развития языков заимствованная иноязычная лексика очень быстро ассимилируется, то есть «оседает» в языке, приспособляется и даже может образовывать целые словообразовательные ряды. К примеру, от термина «дизайн» образовано прилагательное «дизайнерский», существительное «дизайнер», сложные слова типа «дизайн-проект», в специальной литературе даже зафиксирован глагол «дизайнировать», образованный по шаблону с такими глаголами, как «фонтанировать», «инициировать», «стимулировать».

Во-вторых, заимствованные слова часто пишут латинскими буквами, как раз по причине популярности модных слов и престижности их употребления, (fashion индустрия, коллекция prêt-à-porte) или через дефис (дизайн-студия).

Некоторые из появившихся иностранных терминов являются, на первый взгляд, избыточными, так как они имеют синонимы в русском языке. Однако, как правило, у них обнаруживаются тонкие семантические различия. Так, к примеру, не любой киоск можно назвать «бутиком», покупку картошки на рынке вряд ли можно называть «шопингом», к нарядно одетой маленькой девочке неприменимо определение «гламурная» и т. д. [Германова 2008: 20].

Тем не менее, иностранные термины в русском языке могут использоваться весьма разнообразно. Например, в городе Омске есть парикмахерская под названием «Бутик красоты».

Некоторые термины преодолевают долгий путь с момента появления понятия до фиксации в словаре. Так произошло в XX веке с купальным костюмом нового типа бикини. Для 1946 года — момента его создания — это был настолько смелый, революционный предмет одежды, что в некоторых католических странах запрещалось носить такой купальник [Которн 1998: 62—63]. Причём в европейских странах, в Испании, например, не жаловали бикини и британцы. Вследствие этого термин впервые был зафиксирован в словаре Webster только в 1970 году [Webster 1970: 140].

Процессы глобализации стали проявляться в современном обществе в 1950-е годы, когда появилась идея Евросоюза. Надо отметить, что глобализация лишь первоначально предполагала экономическую интеграцию. Однако на сегодняшний момент в этих процессах задействованы почти все сферы человеческой деятельности в той или иной мере. Явления и понятия современного мира распространяются по всем странам и континентам с огромной скоростью, невзирая на

государственные границы, уровень развития экономики, языка и культуры. Для быстрой и более комфортной коммуникации создаются языки межнационального общения. Но создаются они не искусственно, а постепенно, на основе современных средств их распространения.

Таким образом, можно проследить следующую логическую цепочку: развитие материальной культуры привело к формированию средств массовой коммуникации, средства массовой коммуникации используют новейшие технологии и охватывают миллиардные аудитории, информация в СМИ многократно повторяется и достигает своего потребителя информации в любом уголке планеты. Отдельно можно сказать о сети Интернет, которая была запущена в начале 1990-х годов, и является сейчас одной из самых быстрых глобальных информационных систем.

Мода, как явление социальное, распространяется с такой же высокой скоростью. Сегодня киноактриса появилась на красной дорожке в новом образе, а завтра его уже будут копировать миллионы людей. С такой же высокой скоростью происходит обмен терминами, заимствование из одного языка в другой или из одного языка сразу во многие языки. Начиная со второй половины XX века источником заимствований, так называемой «кладовой заимствования», является английский язык, а именно его англо-американский вариант. Как отмечает В.М. Лейчик, «выбор языка-источника заимствований обусловлен реальной исторической практикой» [Лейчик 2006: 120].

Многие языки мира не только в больших количествах принимают заимствования в свой состав, но и активно их ассимилируют, т. е. приспособливают к особенностям своего грамматического строя, произношения, сочетаемости с другими лексическими единицами. Мода – это индустрия достаточно молодая и развивающаяся. В последние десятилетия это действительно одна из самых глобальных отраслей промышленности, а ее

профессиональная терминология носит международный характер, открытый для взаимообогащения и заимствования новых элементов.

Одно из требований к переводу это адекватность, то есть переводчик должен передать оригинал равноценными средствами. Поэтому сначала перед переводчиком стоит задача проанализировать термин, который предстоит перевести. Анализ термина заключается в поиске его значения в словаре. Но, учитывая, что в данном исследовании рассматриваются относительно новые термины моды, зачастую связанные с какой-либо концептуальной идеей или образом, то переводчику необходимо провести ряд операций по анализу термина, анализу контекста (в данном исследовании – различные статьи из глянцевого журналов и книги о моде) и специальных понятий. Колшанский, например, считает, что при переводе очень важен контекст: перевод, в этом случае, как «способ сопоставления семантических систем языков или как системы координат адекватных смысловых соответствий разных языков» [Колшанский 1980:112]. В более сложных случаях переводчик применяет синтез – построение нового термина, который выражает то же понятие, что и переводимый термин.

С сопоставительным методом существует гораздо больше трудностей. При лексическом сопоставлении может произойти так, что при наложении друг на друга лексических единиц они могут совпадать лишь в нескольких значениях, а не в полном объеме значений, так как языки обладают специфичной полисемией. При расхождении семантических полей двух лексических единиц, соответственно, следуют несоответствия и в семантической сочетаемости каждого из слов, а также расхождения в синонимических и антонимических связях.

Сопоставительный метод ценен для перевода, так как позволяет установить систему семантических соответствий 2-х языков. Также, кроме того, что при сопоставительном анализе выявляются общие черты сравниваемых объектов, такой анализ также способствует освещению

наиболее характерных специфических характеристик каждого из них, которые нередко остаются незамеченными при внутриязыковом исследовании.

Выводы по Главе 1

В данной главе нами было освещены основные понятия и концепции, связанные с переводом терминов. Можно сделать следующие выводы:

1. Понятие моды многофункционально, так как рассматривается рядом различных гуманитарных наук (философии, социологии, психологии, лингвистики, экономики и т.д.). Феномен моды начал свое развитие параллельно закреплению данного понятия в группе романо-германских языков. В различные периоды своего существования мода воспринималась по-разному: большинство ученых указывали на негативное влияние моды на человека. В период Средневековья мода была привилегией знати, а низшим сословиям она была недоступна, но представители низшей страты, как пишут исследователи, пытались подражать высшей. Это значит, что долго время мода выполняла роль демонстрация благосостояния. В XX в. мода перестала быть показателем классовых различий и по настоящее время феномен моды воспринимается в концепции «коллективного выбора».

2. Был проведен анализ развития науки терминоведения. Опыт российской и зарубежных школ имеет схожую историю развития терминоведения, за исключением того, что их научные труды написаны на разных языках.

3. При рассмотрении способов перевода терминов, было выяснено, что методы перевода гуманитарных и технических наук принято разграничивать. Наиболее употребительными способами перевода терминов являются транслитерация, транскрипция, калькирование и функциональная замена. Также известно, что часто переводчику требуются для адекватного перевода комбинация способов или дополнительные приемы.

4. Главным требованием к переводу считается его адекватность. Прежде чем приступить к переводу, переводчик должен провести анализ исходного материала, изучить контекст, словари, в более сложных случаях прибегнуть к сопоставительному методу, который позволяет установить систему семантических соответствий двух языков и выявить специфические особенности рассматриваемых языков, незаметных при внутриязыковых исследованиях.

Глава 2. Практические вопросы перевода терминов (на примере перевода терминов в сфере индустрии моды XX-XXI вв.)

2.1. Особенности перевода терминов в сфере производства модной одежды, обуви и аксессуаров

В первой главе было проведено исследование понятия мода, ее функций как индустрии, было проведено исследование понятия термин, его видов и способов перевода, также была рассмотрена методология работы и анализа с исходным текстом перед непосредственным началом перевода.

В данной главе, оперируя теоретической базой первой главы, будут рассмотрены особенности перевода терминов индустрии моды. При социолингвистическом исследовании было выявлено пять периодов в развитии моды и ее терминологии. Пятый период непосредственно связан с темой нашего исследования, потому кратко опишем его.

Пятый период (XX - начало XXI вв.) в развитии английской терминологии дизайна одежды и моды можно разбить на два этапа, до 50-х годов XX века и со второй половины XX до начала XXI века. Первая половина века характеризуется высоким уровнем промышленного производства, развитием наук, увеличением интереса к спорту, большим количеством открытий и изобретений. Женщины освобождаются от лишнего, громоздкого в костюме. Происходит упразднение корсетов, длина юбки укорачивается до середины голени, женщины повсеместно начинают носить брюки, появляется термин *trouser suit* – брючный костюм. Эти процессы отразились в данной терминологии значительным пополнением терминологии, например, *ankle-length skirt* – юбка длиной до середины голени, *nylon stockings* – нейлоновые чулки, *coverall* – комбинезон.

Во второй половине XX века важным фактором, повлиявшим на пополнение терминологии дизайна одежды и моды, было изобретение целого

ряда новых искусственных материалов, орлон – Orion (1949 г.), дакрон – Dacron и полиэстер – polyester (1951 г.), лайкра – Lycra (1959 г.).

Молодежная идеология порождает новые направления в моде – хиппи, панк культуру, диско, техно. На рубеже веков исследуемая терминология в значительной степени пополняется за счет терминов мира моды и молодежной субкультуры, unisex clothes – одежда «унисекс», mini skirt – мини-юбка, baggy shorts – удлиненные шорты с широкими мешковатыми штанинами, long-slung jeans – джинсы с заниженной талией, hooded top – топ с капюшоном.

В данном исследовании нами были просмотрены различные книги о моде и дизайне («Louis Vuitton/ Marc Jacobs: In Association with the Musee des Arts Decoratifs», «Fashion Patternmaking Techniques Haute Couture»), каталоги одежды (ASOS), глянцевые журналы (Vogue, Elle), интернет-издания модных журналов. Методом сплошной выборки мы отобрали 85 терминов для дальнейшего анализа.

Каталоги, например, используются для реализации продукции одежды. Среди подобных молодежных платформ, как за рубежом, так и в России, популярен asos.com, на базе которого существует интернет-магазин модной молодежной одежды, аксессуаров и канцелярской продукции, также есть блог, где публикуются новости о мире моды и молодежных фестивалях, популярных мероприятиях, и также размещается так называемый аутлет, где, пройдя процесс регистрации, любой может продать свою старую одежду. Платформу аутлета используют люди, интересующиеся ретро-стилем, продают винтажные вещи. The Times называет ASOS «неоспоримым лидером онлайн-моды», а журнал Esquire — «брендом, неподвластным экономическому кризису»[Электронный ресурс: <https://secretmag.ru>].

При анализе перевода каталога ASOS было выявлено использование трансформации с целью достижения эквивалентности и адекватности перевода. Рассмотрим пример лексической единицы «Bold Floral Wrap Dress With Ruffles» - переводится в данном случае как «крутое цветочное платье с запахом и оборками». В данном примере использована комбинация

лексической и грамматической трансформации. Примером лексической трансформации является перевод слова «wgar», так как имеет более широкое значение, и адекватности перевода в данном случае помогает добиться непосредственно изображение платья, на котором виден запах. В ином случае это можно было бы перевести как «облегающее платье».

Следующим примером перевода лексических единиц можно представить «Stripe Midi Dress With Side Splits» - «длинное полосатое платье с разрезами по бокам». В данном случае для достижения адекватности перевода использовалась грамматическая трансформация – перестановка.

Примером неудачного перевода является «Floral Embroidered Bralette». Эта лексическая единица переведена как «бралетт с цветочной вышивкой», используется перестановка и калькирование.

В данном случае используется транскрипция, выделенная В.Н. Комисаровым как отдельный вид трансформации, то есть воспроизведение звуковой формы иностранного слова. С точки зрения переводоведения такой перевод будет считаться некорректным, так как «bralette» означает, скорее, топ без чашечек. Мода на этот предмет одежды пришла благодаря бренду Victoria's Secret в после 70х годов.

Также не рекомендуется при переводе подобных наименований использовать способ калькирования, так как незнакомое слово в названии может смутить потенциального покупателя.

Исходя из рассмотренных примеров, можно сделать вывод, что при переводе наименований товаров модного каталога следует использовать различные трансформации, чтобы перевод был адекватен и эквивалентен.

При рассмотрении различных статей в модных журналах было замечено, что некоторые лексические единицы, вошедшие в русский язык в первой трети – середине XX вв., не нуждаются в дополнительном описательном приеме, хотя некоторые журналы включают их в рубрики типа «Модный ликбез» с целью наполнения контентом. К данным лексическим единицам относятся:

trenchcoat (trench – ров, coat – плащ, переведен с помощью транскрипции) – тренкот, так называемая модель двубортного плаща, изначально являлся армейской одеждой Британской армии времен первой мировой войны (1914-18), затем стал предметом делового стиля в современности.

leggings (leg – нога, переведен с помощью транскрипции) – леггинсы, обтягивающие женские штаны; Леггинсы стали особенно популярны в 1990х годах, хотя существование подобного предмета одежды было еще с начала XVIII века и называлось лосинами.

bomber (bomb – бомба, переведен с помощью транслитерации) – бомбер, короткая куртка с резинками на рукавах и по нижнему краю, изначально являлся одеждой летчиков-бомбардировщиков ВВС США (1914-18);

converse (converse boots, переведено с помощью транскрипции) – конверсы, кеды американской обувной компании, дата основания которой 1908г. Расцветом продажи обуви бренда Converse стал послевоенный период начиная с 1950, данный бренд стал частью стиля молодых бунтарей.

Bermuda shorts – (Бермуды – необычный вид шорт, используется не только как одежда для отдыха, но и как повседневный элемент. В Британских колониальных войсках и Королевском флоте для ношения в тропических и пустынных климатах были введены короткие брюки выше колена. Это послужило началом их массовой популярности в начале двадцатого века на Бермудских островах, где до сих пор они считаются деловой одеждой для мужчин) используется прием лексического опущения.

Bell-bottoms – брюки клёш (расклешенные от колена брюки). В 1970-е были элементом стиля диско. Раньше такие штаны носили моряки парусного флота.

Bootcuts or country style – джинсы с заниженной талией, плотно облегающие бедра и расклешенные к низу. Здесь более подходящим будет являться описательный перевод, так как в нашем языке не найти

соответствующего определения. Достигли своего пика моды в середине 70х годов XX века.

cycling shorts – велошорты или велосипедки (специальные короткие облегающие шорты длиной до колен, используемые в велоспорте). Стали особенно популярны с развитием велоспорта в XX веке. Метод перевода – калькирование.

Knickers – женские трусики (Британский вариант), впервые термин использован в 1924 году. Данный тип одежды сильно отличается от своих предшественников панталон. Описательный перевод.

Drainpipes – зауженные брюки, джинсы-дудочки. В 50-е годы стали популярны и сменили широкие брюки. Если перести дословно слово drainpipes, то оно переводится как «водосточная труба». Однако, действительно, данные брюки по своему внешнему виду напоминают водосточные трубы, отсюда и название. Используется описательный перевод.

Breeches – бриджи, популярны в американском футболе, бейсболе и др., современный предмет одежды. При переводе используется метод транскрипции.

Overall – комбинезон. Изначально это была спецодежда, использовалась в качестве защитной одежды при работе, материал из темно-синей джинсовой ткани. Комбинезоны были изобретены Леваем Штраусом в 1890х годах и прошли долгий путь, чтобы ныне стать модной одеждой. Когда в английском языке появилось данное понятие, в русском языке слово комбинезон уже было известно благодаря заимствованию с французского языка в 30-е года XX, от *combinaison* –соединять.

Jeggings – джеггинсы. Это облегающие женские брюки стретч. Термин произошел в начале 21 века. Название представляет собой совокупность леггинсов и джинсов. Переведен транслитерацией.

Corset – женский корсет. Используется для подчеркивания стройной женской талии. Данный термин пришел в английский язык в 1828 году,

популярен и используется по сей день. Комбинация транскрипции и транслитерации.

Salopettes - брюки с высокой талией и бретельками, как правило, сделаны из мягкой ткани и подходят для катания на лыжах. Термин возник в 1970-е годы, в английский слово заимствовано из французского языка. Применяется описательный перевод.

Reefer jacket - толстый двубортный жакет с облегающей отделкой. Раньше такую вещь носили рыбаки и моряки, но сейчас в XX веке это один из модных видов пальто. Здесь также применяется описательный перевод.

Ragamuffin – человек, одетый в лохмотья, бедно одетый, особенно в отношении ребенка. Термин произошел из среднеанглийского и используется по сей день.

Pussycat bow – кошачий бант. Большой, мягкий, гибкий бант на шее женской блузы. Данный термин закрепился в XX веке и также сейчас в использовании. К примеру, в дань памяти на похоронах Маргарет Тэтчер в 2013 году жена премьер министра надела блузку с кошачим бантом. Калькирование.

Oxford bags – широкие мешковатые брюки. Эти брюки предпочитали носить члены Оксфордского университета, особенно магистранты. Пик популярности с 1920х по 1950-е. Описательный перевод.

Monokini – монокини. Это цельная пляжная одежда для женщин, эквивалентная нижней половине бикини, так называемый, первый топless купальник, термин функционирует с 1964 года благодаря Руди Гернрайху, который изобрел данный вид купальника. Транслитерация.

Middy – с 1911 года свободная женская или детская блузка с глубоким и квадратным воротником сзади и сужающейся к передней части, напоминающая ту, которую носил моряк. Описательный перевод.

leg-of-mutton sleeve – дословно «бараний рукав». Это рукав, широкий и свободный у плеча и узкий у локтя и запястья.

Jerkin - короткая облегающая мужская куртка, выполненная, как правило, из светлой кожи, и часто без рукавов. Данную вещь носили в британской армии в XX веке.

Hot pants – женские короткие обтягивающие шорты с 1970-х. Описательный перевод.

Hobble skirt – узкая юбка. Крой юбки настолько узкий при подоле, что затрудняет ходьбу. Такие юбки были популярны в 1910-х. Используется калькирование при переводе.

Guimpe – блузка, надетая под джемпер или сарафан.

Fichu (вульг латынь) - небольшой треугольный платок, надетый на плечи и шею женщины.

Body-con – относительно либо чрезмерно облегающий стиль одежды. Понятие стало использоваться в 1990х.

Casual – (Кэжуал- повседневная модная одежда, вид дресс-кода, стиля одежды в котором делается упор на удобство и самовыражение в противовес представительности и униформенности. Зародился стиль casual в Великобритании в 20 в), транскрипция.

New Look - (англ.— новый взгляд, новый облик) — элегантный, женственный, романтичный стиль одежды, предложенный Кристианом Диором в 1947 году. Представляет образ «идеальной женщины» с тонкой талией, хрупкими плечами, изящными бёдрами. Прием перевода-транскрипция.

Также при анализе перевода модной терминологии глянцевого журналов, мы заметили, что большинству терминов переводчики не находят эквивалентов в русском языке и употребляют калькирование и транскрипцию, особенно это касается обозначений обуви. Предполагается, что это происходит для упрощения коммуникации в глобальном пространстве, например, в Интернете, пользователям платформы Инстаграм будет проще добиться взаимопонимания, а также для экономии речевых средств.

Раздел терминологии обуви представляет наибольший интерес при переводе, так как всемирно известные бренды, конкурируя друг с другом, практически каждый месяц создают новые модели обуви. И поэтому в коммуникации современного человека появилась тенденция употреблять вместо слов, обозначающих разновидности обуви, адаптированные к русской речи названия брендов: «найки» (Nike), «конверсы» (Converse), «вансы» (Vans), «бэлэнсы» (New balance), «лубутены» (Christian Louboutin), «угги» (UGG), «тимбы», «тимберленды» (The Timberland Company) и т.п. В данных примерах использовано несколько приемов перевода, такие как транскрипция и транслитерация в комбинации с калькированием.

По нашим наблюдениям, при помощи калькирования в русском языке появились также следующие наименования обуви:

ballet flats – балетки,

boots – ботинки,

loafers – лоферы, туфли с круглым или заостренным носом на низком широком каблуке,

moccasin – мокасины, обувь североамериканских индейцев, выполняется из мягкой кожи или замши,

monks – монки, мужские туфли без шнуровки,

moonboots – луноходы, «дутиками» называются благодаря своей дутой структуре,

mule – мюли, женская обувь на каблуке без пятки, может иметь закрытый или открытый носок,

oxford – оксфорды, классические строгие ботинки из мягкой кожи на широком низком каблучке,

thongs – тонги, летняя обувь без пятки,

wellington – велингтоны и т.д.

Данные примеры подтверждают гипотезу о том, что калькирование является наиболее популярным способом перевода наименований обуви на русский язык, хотя по результатам проведенного нами опроса видно, что

большинство респондентов не знакомы с данными наименованиями (52%) или знакомы, но не могут дать точного определения (27%).

Исследование показало, что эквиваленты в русском языке существуют для небольшого количества наименований обуви. Например, wellies – «резиновые сапоги», sandals – «босоножки» (искон.), также переводятся как «сандалии», но в обоих языках это заимствованное слово из греческого языка; sole – «подошва», rubber thongs – «резиновые сланцы». Ранее слова slippers и mules переводились на русский язык как «тапочки» и «шлепанцы» соответственно, но на сегодняшний день, как в эпоху 70 гг. XX в., модно употреблять в речи заимствованные слова: «шузы» (обувь), «голды» (украшения из золота), «хайратник» (повязка на голову), «тикет» (билет) и т.п. Такая ситуация составляет угрозу русскому языку, так как исконные слова переходят в пассивный запас.

С помощью описательного приема принято представлять кроссовки фирмы Heelys Inc. Heelys (от англ. heelys – пяточки) – хилисы, кроссовки с встроенным в подошву колесом на месте пятки. А также туфли Kitten Heels, вошедшие в моду в эпоху Одри Хепберн, - это туфли-лодочки с невысоким каблуком-рюмочкой; Ankle Strap – туфли на платформе и высоком каблуке с тонким ремешком на щиколотке; T-Strap – туфли с ремешком в виде буквы «Т» на щиколотке.

Аналогичному переводу (транскрипция, транслитерация) подвергаются наименования аксессуаров:

shopper (shop – магазин) – шопер, вместительная сумка;

choker (choke – душить) – чокер, украшение, плотно прилегающее к шее;

clutch bag (to clutch – зажать) – небольшая сумка-конверт;

snood (snood – сетка для волос) – широкий вязаный шарф в форме кольца – метафорический перевод;

ear cuff – (cuff – манжет, нарукавник) – украшение для ушей – метафорический перевод.

В данных примерах прослеживается перенос значения на основе сходства внешней формы. Так, кафф является украшением, которое огибает ухо по краям, равно как и манжета (в англ. cuff) обрамляет конечную часть рукавов рубашки. Аналогичный образец переноса значения – наименование «снуд». Этот круглый шарф без концов схож с сеткой для волос, так как может накрывать голову, как капюшон или шапка.

Итак, можно сделать вывод, что большой пласт лексики переводится путем калькирования, транслитерации и транскрипции за неимением эквивалента в языке перевода. Впоследствии происходит пополнение языка заимствованной лексикой, что, с одной стороны, положительно сказывается на объеме лексикона языка, но с другой стороны, обилие иностранных слов проецирует недопонимание в коммуникации представителей разных целевых аудиторий. По этой причине большинство наименований требует дополнительного описательного приема для дальнейшего внедрения в активный запас языка.

2.2. Особенности перевода терминов в сфере парфюмерии и косметических средств

Индустрия парфюмерии и косметики имеет многовековую историю, это производство находится в непосредственной связи с историей человечества. Человек всегда стремился к сохранению и передаче природного благоухания, это, в свою очередь, способствовало появлению и развитию парфюмерии. Родиной парфюмерного искусства считается либо Месопотамия, либо Аравия, так называемая «страна благовоний». Далее парфюмерное искусство продолжило распространяться в Египет, Грецию, Рим и т.д. Первыми профессиональными парфюмерами считаются жрецы Древнего Египта, хранившие секреты приготовления ароматических составов, создававшие различные духи и косметические средства [Classen 1994: 256],[Irvin 1995: 144], [Morris 2002: 320].

Данная индустрия имеет объемную и сложную систему терминологических единиц. В настоящее время сфера парфюмерии и косметических средств как система знаний активно взаимодействует с различными отраслями науки и профессиональной деятельности человека: биологией, химией, физикой, медициной, математикой, лингвистикой и межкультурной коммуникацией, культурологией, философией и т.д.

Собранная группа терминов относится к периоду постмодернизма (конец Второй Мировой Войны - наши дни..), термины данного периода более наглядны и близки к современному пониманию, в большинстве своем связаны с рекламой. Терминосистема сферы парфюмерии и косметических средств является неоднородной, состоящей из разнородных элементов. В косметической и парфюмерной промышленности важную роль играет межкультурная коммуникация, и в данном исследовании особый интерес представляет раздел рекламы, так как в модных журналах встречается большое количество контекстной рекламы, так называемых продающих текстов. Информация, предоставляемая рекламой, должна отвечать трем критериям: объективность, понятность и конкретность.

Для реализации рекламного текста рекламодатель выбирает определенный стиль, который помогает вызвать определенные эмоции у потребителя:

1. картинка из жизни: этот стиль представляет человека, использующего продукт в условиях «обычной жизни»;
2. стиль жизни: «показ» продукта в ситуациях или условиях, связанных с представлениями о жизни различных социальных групп;
3. фантазия: создание воображаемых ситуаций о продукте;
4. настроение или состояние;
5. символы: использование графических изображений, связанных с этим продуктом;
6. технический опыт: показывает, что производитель имеет знания и опыт в создании продукта;

7. использование научных данных исследований или доказательств, которые подтверждают, что один бренд лучше других;

8. рекомендации: использование мнений знаменитостей и людей, определяющих общественное мнение и др.

По нашим наблюдениям, перевод рекламных текстов в сфере парфюмерных и косметических средств с английского языка на русский чаще всего является вольным, часто используются приемы лексико-семантической замены:

конкретизация: The new serum delivers double effect – «Новая сыворотка обладает двойным эффектом». В данном случае глагол более широкого значения «deliver» заменен при переводе глаголом с более узким значением «обладать»;

генерализация: She visits spa-saloon every weekend – «Она посещает спа-салон каждые выходные». В данном примере использование слова с более общим значением избавляет переводчика от необходимости уточнять, субботу или воскресенье имеет в виду автор, говоря об «уик-энде»;

модуляция: I do not object you helping me with making-up – Я согласна, чтобы ты помогла мне сделать макияж (причина замена следствием – я не возражаю, потому что я согласна). Немаловажную роль играет переводческий комментарий.

Рассматривая исследуемые тексты на исходном языке и находя соответствующий им перевод, важно правильно подобрать адекватную замену на язык перевода. Адекватными приемами в данном случае являются:

описательный: Continuous Glow Daily Moisturiser – Дневное увлажняющее средство для лица с легким эффектом загара;

антонимический: Remove the Mask in five minutes – Не смывайте маску в течение пяти минут;

компенсация: Today Tomorrow Always – Трилогия любви.

Absolute – абсолю. Абсолю подобны эфирным маслам, также известны как экстракты. Высокая концентрация данного ингредиента содержится в

цветах и растениях. Здесь используется метод транскрипции, но более верным способом будет описательный перевод, так как, опять же не каждому будет знаком данный термин.

Accord – аккорд. Это смесь двух или более ароматов, создающих новый, совершенно другой запах. Так же как и в музыке парфюмерия имеет собственные аккорды ароматов. Транслитерация.

Ambergris – амбра. Вещество, похожее по составу на воск, которое образуется в пищеварительном тракте кашалотов. В парфюмерии используется в качестве фиксатора запаха, поэтому высоко ценится. Калькирование.

Base Note – базовые ноты или шлейф. К базовым нотам можно отнести элементы, которые испаряются медленно. Например, сантал. Калькирование.

Chypre – шипр. Это французское слово относится к земляным, древесным и мшистым базовым нотам, с верхними нотами цитруса. Транскрипция.

Fougere – фужерный аромат. Еще одно французское слово, это означает "папоротник". Он имеет дубовый мох, кумарин и ноты лаванды и основан на травянистых аккордах.

Gourmand (с фр.) – кто-то, лакомый на сладости, сладкоежка. Это семейство ароматов, пахнущих съедобными ингредиентами.. В ароматных нотах такой туалетной воды и ароматных вод входят сладости, такие как шоколад, пралины, хлопчатобумажные конфеты, зефиры, кокосы, мед и ваниль. Описательный перевод.

Leather - Сильный, дымный запах, который проистекает из ингредиентов, используемых для загара кожи-это, как правило, используется в аромате с помощью синтетических химических веществ. Описательный.

Middle Note – сердечные или средние ноты. К средним нотам относятся вещества, которые испаряются умеренно. Например, розовая эссенция. Они остаются долго и помогают вступлению базовых нот, протягивая им шлейф из экзотического сочетания запахов.

Oriental – ориентал. Это основная категория духов, которая имеет сладкие ноты, такие как ваниль и янтарь, а также и резкие ноты, такие как бальзамик и бензоин. Эти ароматы часто приближены к среднему Востоку благодаря ладану. Транскрипция.

Oud – уд – агаровое масло, веками используемое для изготовления высококачественных благовоний, которое добывается из ароматной смолистой сердцевины алойного дерева. Транскрипция.

Top Note – верхние ноты. К верхним нотам относятся вещества, которые очень быстро испаряются. Например, эфирное масло лимона. Калькирование.

Vetiver – ветивер. Один из самых используемых в парфюмерии компонентов, который используется в более чем 35% всех парфюмерных композиций, где играет главенствующую роль. Транслитерация

Soliflore – солифлор. Это аромат, который фокусируется на каком-либо одном цветке, лилии или розе, например. Транскрипция.

Aphrodisiacs – ароматы-афродизиаки. Запахи, созданные с целью привлечения противоположного пола.

Blotter – блоттер – «промокашка», вещь, на которую консультанты в магазинах наносят аромат для пробы. Транслитерация.

Musk – мускус. ароматический компонент, выделяемый железами некоторых видов животных, который используется в парфюмерии для увеличения стойкости аромата.

Plumper – плампер - средство, создающее кратковременный эффект увеличения объема губ, продолжающийся в среднем 1-3 часа.

Highlighter – хайлайтер – высветляющий корректор для лица.

Зачастую при переводе требуется прибегнуть к экспликации фоновых знаний, которые неизвестны большинству представителей другой культуры. При переводе на русский язык фразы «Лимфодренаж предусматривает уменьшение объема жировой клетчатки и лечения целлюлита» следует учитывать, что носителю русского языка может быть неизвестно понятие

лимфодренажа. Поэтому для достижения адекватности перевода можно перевести следующим образом: «Процедура лимфодренажа, воздействуя на поперечно-полосатую мускулатуру тела низкочастотных токов, предусматривает уменьшение объема жировой клетчатки и лечения целлюлита».

На синтаксическом уровне часто используют такие приемы, как:

1) инверсия: But acting on a molecular level to prolong cell longevity, extraordinary Eternal Beauty Complex slows down the skin ageing process to help keep your skin looking forever young (Oriflame Eternal Beauty Line cosmetic) – «Когда свет софитов гаснет, волосы не перестают блестеть (Pantene Pro V)»;

2) риторический вопрос: Aren't you glad you use Dial? Don't you wish everybody did? (Dial soap) – «Продано больше 3000000. Ты уже купила свою? Откройте неожиданные возможности ваших ресниц с новой тушью False Lash Effect от Max Factor! (Max Factor, тушь False Lash Effect)».

3) парентеза (внесение лингвистического словосочетания или предложения внутрь другого предложения): Every woman should have her own signature fragrances - scents that embody every aspect of her – flowery, fruity, spicy, fresh or oriental (Oriflame fragrance) – «Аромат, вдохновленный творением знаменитого кулинара Кристофа Мишалака – десерт Power Flower в форме цветка – соблазняет нотами черной смородины, искристой малины и сладкой ванили (туалетная вода Delicasy, Oriflame)». В данных случаях в текст вводится дополнительная информация «scents that embody every aspect of her» и «десерт Power Flower в форме цветка». Двойное тире свидетельствует, что информация является значимой для читателя, и подчеркивает экспрессивную функцию данной информации.

4) прием умолчания: Your favourite scent can take you on an emotional journey and transport you to your most cherished memories... (Oriflame fragrance) – «И помните, важно не то, сколько, а то, как вы расчесываете волосы (средство по уходу за волосами, Oriflame)».

Исходя из проведенного анализа рекламных текстов и контекстной рекламы в модных журналах, можно сделать вывод, что терминосистема сферы парфюмерии и косметики активно развивается, что способствует увеличению количества терминологических единиц, обслуживающих данную сферу. Касаясь выбора приемов перевода терминов, можно сделать вывод, что переводчик должен отталкиваться в первую очередь от того, для какой аудитории совершается перевод. Один термин можно перевести несколькими способами. Например, при переводе с помощью традиционных методов транскрипции, транслитерации, калькирования без поясняющих элементов перевод поймет только подкованный в данной сфере читатель, который почти что владеет профессиональной терминологией. Описательный перевод больше всего подойдет для непросвещенной группы читателей, так как просто перевод названия им ни о чем не скажет. Данные выводы касаются всех рассматриваемых групп. Тематический набор англоязычных парфюмерных и косметических терминов неоднороден и включает в себя разнообразные аспекты: от названий природного и синтетического сырья, процессов получения продукции, профессий в данной области до наименования получаемых готовых парфюмерных и косметических продуктов.

2.3. Особенности перевода терминов в сфере косметологических услуг

В современном обществе высоко развита культура ухода за кожей лица и тела, за волосами. В этой связи на рынке косметологических услуг за последнее время появились сотни средств по уходу, но носителям русского языка не всегда понятно, для чего предназначены данные средства, так как в настоящее время в терминологию сферы косметологии попало большое количество заимствований из английского и французского языков. Примеры данной группы также относятся к периоду постмодернизма, так как выбраны

самые актуальные термины нашего времени, более приближенные к современному обществу, вызывающие наибольший интерес.

Например, на сегодняшний день приобрели популярность следующие косметологические термины, заимствованные из английского языка:

акрил (acryl) – смесь двух компонентов: полимера пудры и мономера жидкости. При взаимодействии они образуют новый полимер, который твердеет на воздухе. Акрил используется для изготовления искусственных ногтей и выглядит максимально естественно;

лифтинг (lift – «подъем») – косметологические процедуры, выполняемые с помощью косметических средств, массажа, методов аппаратной косметологии, эстетической хирургии с целью коррективки контура лица и тела, видимого улучшения внешнего вида кожи посредством усиления ее механического натяжения;

пилинг (to peel – «очищать, снимать кожицу, шелушиться») – обработка лица и/или тела с помощью химических и абразивных веществ с целью удаления поверхностного слоя кожи – эпидермиса – для сглаживания морщинок и неровностей от угрей;

скраб (to scrub – «тереть, скрести, чистить») – средство для механического очищения кожи, содержащее твердые частички, которые при втирании в кожу способствуют отшелушиванию отмерших клеток рогового слоя. Скрабы омолаживают кожу, удаляют мозоли и огрубелости путем механического стирания;

трансплантация (от греч. trans – «движение через что-то», planta «саженец, растение») – оперативно-технический прием пересадки органа или участка ткани (трансплантата) в пределах одного организма или от одного организма к другому (от донора к реципиенту) для замещения поврежденных или отсутствующих тканей или органов. Для этого могут использоваться человеческие, животные или искусственные ткани;

шугаринг (sugar «сахар») – удаление нежелательных волос с помощью крепкого раствора сахара и лимонного сока.

При переводе косметологических терминов переводчику необходимо руководствоваться стандартами перевода косметологических терминов на разные языки. Для каждого понятия и продукта косметологии установлен один стандартизированный термин, обязательный для использования во всех видах документации, научно-технической, учебной и справочной литературе. Но следовать этому правилу не всегда есть возможность.

Принадлежность перевода к тому или иному типу перевода устанавливается на основе соотношения содержания и формы последнего с содержанием и формой оригинала. Основываясь на этом, можно рассуждать о видах перевода: вольном, дословном, буквальном, пословном и эквивалентном или адекватном.

Вольным переводом называют перевод-переложение, при котором общее содержание оригинала передается на другом языке независимо от другой формы оригинала. Примером вольного перевода является:

For you, and your normal, well-balanced hair, the Elida Hair Institute has developed a unique system, to give you exceptionally shiny, strong hair. Enriched with Vital Essenses, Sunsilk shampoo for Normal, Well-Balanced Hair leaves hair looking healthy and fabulously shiny.

Специально для Вас Сансилк разработал шампунь Супер-Блеск, обогащенный эфирными маслами, который эффективно защищает и питает Ваши волосы день за днем, даря им больше блеска.

В данном случае название косметического исследовательского центра «the Elida Hair Institute» при переводе на русский заменяется названием разработанного им продукта – шампуня «Сансилк», также опускаются фразы, которые детализируют действие этого продукта «your normal, well-balanced hair» и «a unique system, to give you exceptionally shiny, strong hair». Следует отметить необычный вариант перевода глагола to leave («оставлять, покидать»), в данном примере переводится на русский как «защищает и питает». Как известно, одним из дополнительных значений глагола to leave

является «приводить в какое-либо состояние», а назначением шампуня является не только очищение, но также питание и защита волос.

При дословном переводе соблюдается языковая форма оригинала, т. е. семантико-структурные характеристики языка оригинала транспортируются в язык перевода. Дословный перевод часто нарушает дух и грамматику родного языка, но передает смысл текста. Главным недостатком такого перевода считается передача содержания текста словами родного языка, но в неродной данному языку синтаксической структуре языка перевода. Рассмотрим примеры ошибочных переводов:

Criodrenage Shower Gel – гель-криодренаж для душа;

Keep off eyes – «Держитесь прочь от глаз», в данном примере для адекватной передачи смысла требуется перевод на уровне предложения, а не на уровне слов, – «Избегайте области вокруг глаз»;

Facial cleansing cloths. – «Лицевые очищающие ткани» вместо правильного: «Очищающие салфетки для лица».

Примером адекватного буквального перевода является:

«Fold up napkin and rub it until appearance of foam» – «Сложите салфетку и потрите ее до образования пены».

Примером транслитерации является: Онух - Оникс; khaki – хаки.

Collagen – коллаген – белок, содержащийся во всех тканях нашего организма.

Примером транскрибирования является: Jojoba - жожоба; Creatine – креатин.

Cosmetic surgery – косметическая хирургия. Это любая медицинская операция, которая призвана улучшить внешний вид человека, а не его здоровье. Здесь при переводе применено калькирование.

Thalassotherapy – таласотерапия. Совокупность процедур с использованием морепродуктов, включающий массаж, прогревание, наложение различных компрессов и масок, обертывания. Калькирование.

Ultrasound therapy – ультразвуковая терапия. Это использование высокочастотных звуковых колебаний с лечебной целью. Калькирование.

Калькирование в переводе терминов сферы косметологии считается наиболее популярным приемом: Warm Brown – Теплый коричневый; Razor With Extra Blades – Бритва с дополнительными лезвиями.

Этот прием широко используется при переводе косметологических терминов с французского языка: Eue de Toilette – Туалетная вода; Eue de Perfume – Душистая вода.

Electrocoagulation – электрокоагуляция. Прижигание тканей при помощи электрического тока в лечебных целях. Калькирование.

Restylane – рестилайн. Препарат, используемый в контурной пластике, который состоит из гиалуроновой кислоты высокой степени очистки. Применяется для разглаживания морщин, увеличения объема и коррекции формы губ. транскрипция

Cryomassage – криомассаж. Массаж, при котором используется жидкий азот. Калькирование

Hyaluronic acid – гиалуроновая кислота – составная часть соединительной ткани кожи, которая придает ей мягкость и упругость. Калькирование.

ionophoresis– ионофорез – вид лечения кожи с помощью гальванического тока. калькирование

Калькирование также широко применяется для перевода английских терминов-словосочетаний: Eye Pencil – Карандаш для глаз; Shower Gel – Гель для душа; Nail Glue – Клей для ногтей.

Кроме того, калькирование используется при передаче наименований различных оттенков цвета: Natural Beige – Естественный бежевый; Yellow Gold – Желтое золото.

Калькирование в некотором смысле указывает на недостаточность средств собственного языка или нежелание говорящих сделать усилие по изысканию этих средств.

Конечно, транслитерация, транскрибирование и калькирование при передаче иностранных терминов – относительно простые и легкие способы перевода. Следует подчеркнуть, что задача переводчика в том, чтобы как можно точнее, адекватнее передать понятие, существующее в одном языке, средствами другого языка – задача более сложная и ответственная, обеспечивающая наиболее правильный и полноценный перевод.

Также при исследовании каталога ASOS было замечено, что некоторые термины имеют прямые соответствия в русском языке и передаются соответствующими эквивалентами, например: Amber – янтарный; Rose – розовый; Ghost – тень.

Как и в случае с наименованиями одежды и обуви, в русском языке не всегда находятся соответствия английскому термину, поэтому переводчик прибегает к описательному приему: Anti-Aging Eye Cream – крем для кожи вокруг глаз, замедляющий процесс старения, Continuous Glow Daily Moisturiser – Дневное увлажняющее средство для лица с легким эффектом загара.

Подобно примеру с терминами slippers («тапочки») и mules («сланцы»), которые сейчас переводятся на русский как «слиперы» и «мюли» соответственно, следует отдавать предпочтение словам русского происхождения: подтяжка – вместо лифтинг; очищение – вместо клининг.

Также в некоторых случаях используется антономический прием, когда употребляют противоположный по форме оборот: Remove the Mask in five minutes – Не смывайте маску в течение пяти минут.

Итак, можно сделать вывод, что достижения человека в исследовании физиологии и биологии человека дали возможность определить типы кожи, структуру волос и т.п., что, в свою очередь, позволило косметологическим компаниям разработать множество средств по уходу, против старения, для омолаживания и пр. Сфера косметических и парфюмерных средств стала неотъемлемой частью моды – идеального лука не существует без мэйкапа. Данный процесс, соответственно, обусловил необходимость в номинации

созданных средств и процедур. Как и по результатам параграфа 2.1., большинство терминологии заимствуется из английского языка, причем в русском языке, как правило, не существует эквивалента переводимой лексической единицы, поэтому наиболее часто при переводе терминологии косметических и парфюмерных средств используются способ калькирования и описательный прием.

Выводы по Главе 2

Исходя из практики исследования особенностей перевода терминов в сфере моды, также были сделаны основные выводы:

1. Основным принцип данной исследовательской работы – термин передается термином.

2. Чтобы адекватно преподнести содержание лексической единицы, переводчику требуется владение не только русской терминологией, но и английской, предварительно изучив все составляющие данной единицы.

3. В настоящее время двуязычный словарь не всегда является надежным источником. Для адекватного перевода переводчику требуются определенные умения работы с подобными лексическими единицами и владение соответствующей методологией.

4. Большинство текстов о моде написаны в публицистическом стиле с элементами художественного; в подобного рода текстах, в отличие от текстов научного стиля, некоторые термины, особенно исконные для английского языка, распознаются труднее, часто употребляются метафорические термины, что также усложняет процесс перевода. Поэтому предварительно переводчику требуется вычленить подобные лексические единицы из общеязыковых и соответственно определить приемы их перевода.

5. При условии отсутствия в языке перевода термина-эквивалента в научном тексте переводчик его заимствует или создает новый, или также добавляют общеязыковой единице терминологическое значение, в

художественном тексте используют прием иного порядка во избежание нарушения «терминологического звучания» текста.

6. На сегодняшний день является актуальной проблема перевода. Трудности перевода связаны с различиями в культурных и языковых традициях.

Кроме того, в ходе моего исследования также был произведен интернет-опрос, 213 респондентов разного возраста и пола и образования отвечали на вопросы по теме “Знаете ли вы термины моды?”.

Было выявлено, что 52% респондентов не знают перечисленных терминов, 27% знают термины, но не дают определение, 17% знают термины и частично дают определения и всего лишь, 4% знают термины и определения.

Установлено, что больше всего осведомлены в данной теме молодые люди от 17 до 23, а люди в возрасте от 45 мало владеют представленной лексикой.

Поэтому, касаясь самой практики исследования, можно сделать такой важный вывод: перед началом перевода важно понять, для какой аудитории выполняется перевод. Потому как для молодежной целевой аудитории, например, говоря о телесном цвете *nude*, необязательно осуществлять дословный перевод или осуществлять перевод в принципе. Большинство глянцевого журналов и телепередач о моде употребляют англицизм *nude*, постепенно внедряя понятие в лексикон русского языка. Но если переводчик осуществляет перевод для более зрелой целевой аудитории, представителям которой сложнее адаптировать иностранные слова в своей речи, то нужно выполнять перевод с пояснениями: *nude* – цвет, имеющий телесные оттенки

Заключение

Издания модных журналов пришли в Россию в период перестройки, став откликом на нужды граждан в деполитизированной информации. Если в советской журналистике модные издания для женщин были не столь распространены (среди них были популярны журналы «Работница» и «Крестьянка») и никак не имели возможности дать ответы даже на часть тревожащих вопросов в виду своей ограниченности в выражении чувств, то в новых условиях образовывалась концепция с равнением на Запад.

С развитием изданий fashion-направления происходило становление их соответствующего языка, собственной терминологии, что обуславливало создание новой модной культуры. Перемены в отечественной fashion-журналистике начались с журнала «Мода и мир» (1992), название которого внедряло читателя в контекст мировой моды. Данное издание впервые знакомило российского читателя с тенденциями Европы, что, в свою очередь, ставило особняком проблему поиска эквивалентов иностранных терминов. В западной модной традиции есть, например, такое понятие – «бодифэшн», которое трудно перевести на русский язык одним словом. Одним из вариантов представляется «мода, связанная с телом», но и он, по мнению исследователей-терминологов, требует пояснения.

Приобщение российских читателей западной моде в полной мере проявило себя с появлением русифицированных версий журналов «Cosmopolitan» (1994), «Harper's Bazaar» (1996), «Marie Claire» (1997), «Elle» (1997) и «Vogue» (1998). Эти издания имели вековую историю развития за рубежом, поэтому особенностью формирования глянцевого медиа в России стала ориентация на уже существующий образец.

В результате теоретического исследования работ по терминоведению мы вывели основное понятия «термина». Термин – это многоплановое и многофункциональное понятие науки терминоведения, которое играет важную роль в научной коммуникации.

Также, основываясь на положениях теоретической базы дискурса моды, мы выявили ее основное понятие. Мода это – единство привычек, ценностей и вкусов, установленных в конкретной ситуации и конкретный период времени, являющиеся двигателями производства.

Итак, в результате трехчастного исследования особенностей перевода терминов моды можно выделить основные принципы и подходы перевода терминов моды. Изучив и проанализировав вышеперечисленные в пункте 2.1. книги о моде и дизайне, каталоги одежды, гляцевые журналы, интернет-издания модных журналов, методом сплошной выборки было отобрано 150 терминов моды периода модернизма (1900 гг. – начало Второй Мировой Войны.) и постмодернизма (конец Второй Мировой Войны - наши дни).

Было выявлено, что данные периоды в развитии и становлении терминологии дизайна одежды и моды характеризуется следующим:

1. Резким увеличением количества терминединиц по сравнению с предыдущими периодами, что является результатом глобализации;
2. Появлением многокомпонентных терминологических сочетаний, в том числе фразовых, например: (mannish-style wide-leg trousers – широкие брюки мужского покроя, pullover with round cut-out at shoulders – пуловер с декоративными круглыми вырезами на течах, studded black leather belt – черный кожаный ремень с заклепками);
3. Возникновением стяжений и аббревиатур (tux – tuxedo - смокинг, d-b – double-breasted. – двубортный, PVC – Polyvinylchloride – поливинилхлорид);
4. Выделением и формированием новых тематических групп. Полученные данные позволяют обозначить последний период, как наиболее активный в плане пополнения английской терминологии дизайна одежды и моды. Это объясняется влиянием стилей искусства, изобретением новых материалов, усложнившейся системой кроя, развитием и интернационализацией моды в целом.

Было проанализировано 85 терминов, в которые входят наименования одежды, обуви, аксессуаров, относящихся как к периоду модернизма, так и постмодернизма, 35 терминов сферы парфюмерных и косметических средств, а также 30 терминов сферы косметологических услуг модернистского периода. Проанализировав множество терминов, мною был сделан вывод, что при переводе мы часто сталкивались с такими приемами, как транслитерация, транскрибирование, описательный перевод, а также калькирование. Выбор перечисленных приемов перевода объясняется отсутствием соответствующего эквивалента в переводящем языке, поэтому данные методы перевода в подобных случаях являются наиболее приемлемыми. Также, как показал результат проведенного мною интернет-опроса, очень важным условием при переводе служит верная ориентация на читателя, то есть выбор тех или иных языковых средств при переводе.

По мере развития глобализации и переходом текстов в онлайн-пространство сокращается время на их создание и на поиск эквивалентов в языке перевода. Так как в России нет школ по подготовке fashion-журналистов, не считая блогеров из Инстаграма и Живого журнала, а также отсутствуют понятия сферы моды, авторы вынуждены цитировать зарубежные источники, употребляя в текстах неизвестные безэквивалентные слова: «Струящееся платье-миди идеально подойдет для создания оригинальных луков в стиле бохо. В ближайшие полгода – это несомненный must-have, ведь такой наряд пригодится как для casual-луков, так и для вечерних образов».

Поэтому, в зависимости от ориентированности издания и его целевой аудитории подобные термины употребляются или с описательными конструкциями, либо без них, с применением калькирования, транскрипции или транслитерации. Так, в Интернет-версии модного журнала «Elle», термин «color blocking» (в дословном переводе – «цветные блоки») употребляется с ремаркой: «Снимок розово-зеленого платья из новой коллекции Dior облетел все модные сайты, обозначив один из главных трендов наступающего сезона – color blocking, искусство смелых цветовых сочетаний». В свою очередь, на

сайте vogue.ru, где мода является превалирующей темой, название тренда употребляется без какого-либо описательного приема: «Рюкзак, выполненный из лаконичного нейлона в технике color blocking, нравятся нам ничуть не меньше разноцветных вариантов — они точно подойдут ко всему и прослужат вам много сезонов».

Проблема заимствования иностранной терминологии традиционно поднимается в процессе обсуждения особенностей современного русского языка. А. Долецкая на вопрос В. Познера, почему отечественная пресса вынуждена заимствовать английские слова, ответила: «Иногда вместо того, чтобы говорить «тенденция», проще сказать «тренд», или, скажем, «рубашка с коротким рукавом без воротничка» — так это «топ». Я сама очень долго воевала вначале, но в какой-то момент лаконичность слов помогает. То есть, это превращается в некий профессиональный язык, в профессиональный сленг, если хотите».

Влияние на язык fashion-журналистики оказали также условия, в которых происходило ее становление. Во времена перестройки мода воспринималась как элемент красивой, далекой от реальности жизни, что отразилось в формировавшейся в 90-е годы речи наряду с реакцией на стиль официального изложения советской прессы. Отсюда появились штампы, которые сегодня можно найти практически в любом тексте модной тематики: «элитная роскошь», «богатый ассортимент» или «незыблемая привлекательность», подменяющие, по мнению исследователей, знание материала.

В существующих условиях редакторы изданий и переводчики пытаются бороться со штампами различными методами: к примеру, прописывать в уставе табуированные слова. В редакции «Allure» существует запрет на слово «мейк-ап» — вместо него используется слово «макияж», другие журналы стараются отказываться от определений «кутюрье» и «модельер», вводя в контекст бессмертное «дизайнер». Редактор моды «GQ» Алла Алексеевская советует писать о моде просто, оперируя концептуальным

мышлением. Эту точку зрения поддерживает главный редактор «Коммерсант Life Style» Евгений Тихонович, считая, что тексты интересны лишь в случае, когда автор «смотрит на вещи чуть свысока и ищет причинно-следственные связи».

Индустрия моды играет существенную роль во влиянии на общество, благодаря моде происходит формирование общественного мнения. Данное обстоятельство обусловлено непосредственным положением индустрии моды в системе социальных институтов и ограниченностью доступа аудитории к циркулирующей в ней информации. Доставка сведений о происходящих событиях, о новых коллекциях и трендах сезона осуществляется благодаря СМИ, выступающих своеобразным фильтром новостных фактов. В связи с этим британский антрополог Б. Моэран называет журналы fashion-тематики «апостолами» моды, которые несут в массы «модное слово»: посредством вербализации интерпретируют, объясняют, расшифровывают, то есть непосредственно «создают» ее смыслы. Именно поэтому то, каким языком сегодня рассказывается о моде, является важным для исследования. От этого зависит отношение аудитории к культуре, которая еще не совсем привита российскому менталитету.

Библиографический список

1. Авербух К.Я. О стандартизации терминов // НТИ. Сер. 1. 1977. № 10. С.1-4.
2. Анисимова А.Г. Методология перевода англоязычных терминов гуманитарных и общественно-политических наук. Автореф. дисс. ... канд. фил. наук. Москва, 2010. – 51с.
3. Ахметова М.Э. Отечественный и зарубежный опыт изучения терминоведения: эволюция понятия «термин» в лингвистике. Издательство «Грамота», 2014. №8.
4. Бархударов Л. С. Язык и перевод. Вопросы общей и частной теории перевода. – м.: Советский писатель, 1975. – 238 с
5. Блумер Г. Мода: от классовой дифференциации к коллективному отбору. Л.: Издательство Ленинградского университета, 1969.
6. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000.
7. Борисова Т. Г. Когнитивные механизмы деривации: деривационная категория вещественности в современном русском языке: дисс. ... д. филол. н. Краснодар, 2008.
8. Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Книжный дом «Либроком», 2011.
Зомбарт В. Народное хозяйство и мода. Петроград: Наука и школа, 1904.
9. Гаджиев К. С. Политическая Наука: пособие для преподавателей, аспирантов и студентов гуманитарных факультетов. - М. : Сорос: междунар. Отношения, 1994.
10. Гегель Г.В.Ф. Эстетика // Гегель Г.В.Ф. Соч. в 4 томах. Том 1. М.: Искусство, 1968.
11. Германова Н.Н. Введение в языкознание. Язык в социокультурном контексте: Учебное пособие. М.: ИПК МГЛУ «Рема», 2008. — 144 с.
12. Готтенрот Ф. Иллюстрированная история стиля и моды с древнейших времен. М.: Эксмо, 2009.

13. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория модного поведения. М.: Книжный дом «Университет», 2010.
14. Гринев С.В. Основы лексикографического описания терминосистемы. Дисс. докт. филол. наук. МГУ. М., 1990.
15. Гринев С.В. Введение в терминоведение. – М., 1993. – 309с.
16. Гришаева Т.А. Мода как феномен современной культуры. Дисс. ... канд. филос. наук. Ростов-на-Дону, 2008.
17. Гурова О. Ю. Социология моды: обзор классических концепций // Социологические исследования. 2011. №8.
18. Дж. Левин «Harper's Bazaar Great Style: best ways to update your look»
19. Джексон Т., Шоу Д. Индустрия моды. Киев: Баланс Бизнес Букс, 2011.
20. Долгова Т.В. Формирование и развитие английской терминологии дизайнов одежды и моды в социолингвистическом аспекте. Дис....канд. филол. наук. Омск, 2007. — 161 с.
21. Зиммель Г. Психология моды // Научное обозрение. 1901. № 5.
22. Казакова Т. А. Практические основы перевода. – СПб.: Союз, 2001 г. –С. 320
23. Кант И. Антропология с прагматической точки зрения // Кант И. Соч. в 6 т. Т. 6. М., 1966.
24. Капанадзе Л.А. О понятиях «термин» и «терминология» // Развитие лексики современного русского языка. М., 1965.
25. Колшанский Г.В. Контекстная семантика. – М. : Наука, 1980. – 147 с.
26. Комиссаров В.Н. Учеб.для ин-тов и фак. иностр. яз. - М.: Высш. шк., 1990. - 253 с.
27. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высшая школа, 2001. – С. 132-140
28. Которн Н. История моды в XX веке. М.: Тривиум, 1998. — 176 с.
29. Лаптева Т.Г. Павлова Е.В. Специфика передачи терминов различных типов при переводе с английского языка на русский. Интерэкспо Гео-

- Сибирь, 2014. Лотте Д.С. Как работать над терминологией. М.: Наука, 1968.
30. Лейчик В.М. Основные положения сопоставительного терминоведения// Отраслевая терминология и ее структурно-типологическое описание. Воронеж, 1988.
 31. Лейчик В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура. — М., КомКнига, 2006, 256 с.
 32. Лекант П.А. Современный русский язык. Учебное пособие для студентов учреждений среднего профессионального образования педагогического профиля. Дрофа. Москва, 2001.
 33. Лотте Д.С. Основы построения научно-технической терминологии. М., 1961. - 160 с.
 34. Лукач Г. Исследования по марксистской диалектике. М.: Логос-Альтера, 2003.
 35. Марков А. Георг Зиммель: оживающая мода // Теория Моды: одежда, тело, культура. Выпуск 21. Осень 2011. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nlobooks.ru/node/2694> (дата обращения: 21.04.2018).
 36. Марчук Ю.Н. Основы терминографии. М., 1991.
 37. Налепин В.Л. Термин и терминосистема как предмет лексикологии: Автореф. дисс... канд. филол. наук. М., 1975.
 38. Натансон Э.А. Термины как особый раздел лексики и источники русской технической терминологии. Дисс. канд. филол. наук. М., 1967.
 39. Нелюбин Л.Л. Статистические методы анализа лингвистической реальности // Терминоведение и терминография в индоевропейских языках. Владивосток, 1987.
 40. Нешина Е.Б. Феномен моды в условиях социокультурных трансформаций: от XVIII к XXI веку. Дисс. ... канд. культ. Саранск, 2007.
 41. Оганесян М. В. Сопоставительно-переводческий анализ английской и русской медицинской терминологии по генетике. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2003.

42. Орлова Л. Албука моды. М.: Просвещение, 1988.
43. Рейнгадт Н.В. Социальное и эконоическое значение моды. Казань, 1889.
44. Реформатский, А.А. Введение в языковедение : учебник / А.А. Реформатский. – Москва : Аспект Пресс, 1999. – 536 с.
45. Рецкер Я.И. Пособие по переводу с английского языка на русский язык / Я.И. Рецкер. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Просвещение, 1982. – 159 с.
46. Розов М. А. Методологические особенности гуманитарного познания // Проблемы гуманитарного познания. Новосибирск, 1986.
47. Силакова С. Наука и мода // Иностранная литература. 2008. №5. [Электронный ресурс]. URL:<http://magazines.russ.ru/inostran/2008/5/na10-pr.html> (дата обращения: 15.04.2018).
48. Смит А. Теория нравственных чувств. М.: Республика, 1997.
49. Спенсер Г. Обычаи и приличия // Спенсер Г. Опыты научные, политические и философские. Минск, 1998.
50. Тард Г. Законы подражания. М.: Академический Проект, 2011.
51. Трафименкова Т.А. Терминология болезней как объект ономаσιологического, семантико-парадигматического и лексикографического исследования. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Орел, 2008.
52. Фрейд З. По ту сторону принципа удовольствия. М.: Прогресс: Литера, 1992.
53. Фукс Э. Иллюстрированная история нравов. Буржуазный век. М.: Республика, 1994.
54. Циткина Ф.А. Сопоставительное терминоведение: теоретические вопросы и приложения // Вопросы языкознания, 1987. № 4.
55. Черменская С.М. Зарубежные глянцевого журналы в информационном пространстве России ...М., 2006.
56. Шефтсбери А. Эстетические опыты. М.: Искусство, 1974.

57. Ятина Л.И. Мода глазами социолога: результаты эмпирического исследования // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Том 1 №2. [Электронный ресурс]. URL:<http://ecsocman.edu.ru/data/223/542/1216/009Yatina.pdf>(дата обращения: 21.04.2018).
58. Колшанский Г.В. Контекстная семантика. М. 1980.
59. Святые одежды: Как ASOS делает из моды религию. Интернет-журнал «Секрет фирмы». [Электронный ресурс]. URL: <https://secretmag.ru/trends/players/asos.htm> (дата обращения: 11.02.18) .

Список источников материала исследования

60. «Louis Vuitton/ Marc Jacobs: In Association with the Musee des Arts Decoratifs»
61. «Vogue: Легенды моды»
62. Boulanger J. C. Une Lecture socioculturelle de la terminologie // Cahiers de Linguistique Sociale 18. 1991.
63. Cabré Castellví M. Teresa. Theories of Terminology. Their Description, Prescription and Explanation. 2003. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.jbe-platform.com/content/journals/10.1075/term.9.2.03cab> (дата обращения: 28.04.2018).
64. Classen C. Arom: The Cultural History of Smell / C. Classen, D. Howes, A. Synnot. – London ; N.Y. : Routledge, 1994 – 256 p.
65. Felber H. Terminology manual. Paris: Unesco and Infoterm, 1984.
66. Fodor J. A. The Language of Thought. Thomas Y. Crowell company, Inc., 1975. 215 p.
67. Gaudin F. Terminologie et travail scientifique: mouvement des signes, mouvement des connaissances // Cahiers de linguistique sociale 18. 1991.
68. Guespin L. La circulation terminologique et les rapports entre science, technique et production // Cahiers de Linguistique Sociale 18. 1991.

69. Irvin S. *Perfume, the Creation and Allure of Classic Fragrances* / S. Irvin. – London: Haldane Mason Ltd, 1995 – 144 p.
70. Jackendoff R. *Semantics and Cognition*. Massachusetts Institute of Technology, 1983. 280 p.
71. Morris E. *Fragrance: The Story of Perfume from Cleopatra to Chanel* / E. Morris. – S.I.: Dover Publications, 2002 – 320 p.
72. Picht H. *Modern Approaches to Terminological Theories and Applications // Contributions 15th European Symposium on Languages for Special Purposes*. Bern: Peter Lang AG, 2006.
73. Picht H. *Modern Approaches to Terminological Theories and Applications // Contributions 15th European Symposium on Languages for Special Purposes*. Bern: Peter Lang AG, 2006.
74. Rey A. *Essays on Terminology*. London, 1990.
75. Rey, A. *Essays on terminology*. Amsterdam: John Benjamins. 1995 - Language Arts & Disciplines - 223 pages.
76. Sager J. C. *Classification and Hierarchy in Technical Terminologies // Informatics 2. Proceedings of a Conference Held by the ASLIB Coordinate Indexing group on 25-27 March 1974 at New College Oxford*. Horsnell; ASLIB, 1974. Ed. 5.
77. Temmerman R. *Questioning the Univocity Ideal. The Difference between Sociocognitive Terminology and Traditional*
78. *Terminology // Hermes. Journal of Linguistics* 18. 1997.
79. Wuster E. *Internationale Sprachnormung in der Technik, besonders in der Elektronik*. Berlin, 1931.

Приложение 1. Словарь терминов и терминов-сочетаний моды

Одежда, обувь, аксессуары.

- Ankle Strap – туфли на платформе и высоком каблуке с тонким ремешком на щиколотке.
- Ballet flats – балетки.
- Bell-bottoms - брюки клёш
- Bermuda shorts - бермуды
- Boat shoes – непромокаемые мокасины.
- Body-con – относительно либо чрезмерно облегающий стиль одежды.
- Bold Floral Wrap Dress With Ruffles – крутое цветочное платье с запахом и оборками.
- Bomber (bomb – бомба, переведен с помощью транслитерации) – бомбер, короткая куртка с резинками на рукавах и по нижнему краю, изначально являлся одеждой летчиков-бомбардировщиков ВВС США.
- Bootcuts or country style - джинсы с заниженной талией, плотно облегающие бедра и расклешенные к низу.
- Boots – ботинки. Наименование бутсы часто применяется к мужской военной обуви.
- Bralette – топ без чашечек, топ без косточек. Иногда переводят бралетт.
- Breeches – бриджи,
- Brogues – броги. Туфли с перфорацией.
- Buckle – пряжка.
- Casual - повседневный
- Chelsea boots – ботинки челси.
- Choker (choke – душить) – чокер, украшение, плотно прилегающее к шее.
- Clogs – сабо. Ранее – башмак с деревянной колодкой.
- Clutch bag (to clutch – зажать) – небольшая сумка-конверт.

- Converse – кеды компании converse, на сленге – конверсы .
- Coverall – комбинезон.
- cycling shorts – велошорты или велосипедки
- Derby shoes – ботинки дерби.
- Desert boots – дезерты, ботинки с замшевым верхом на резиновой подошве с двумя парами отверстий для шнурков.
- Dr. Martens – ботинки мартинсы, обувь армейского типа для повседневной жизни.
- Drainpipes – зауженные брюки, джинсы-дудочки
- Dress – платье.
- Ear cuff – (cuff - манжет, нарукавник) – украшение для ушей – метафорический перевод.
- Embroidered – вышитый, вышивка.
- Espadrille – эспадрильи, летняя обувь, матерчатые тапочки на плоской верёвочной подошве из натуральных материалов. Носятся на босу ногу.
- Fichu (вульг латынь) - небольшой треугольный платок, надетый на плечи и шею женщины.
- Flip flops – шлепки.
- Floral – цветочный.
- Guimpe – блузка, надетая под джемпер или сарафан.
- Heels – каблуки, обувь на каблуке.
- Heelys – хилисы, кроссовки, оснащенные колесами в области пятки.
- Hobble skirt – узкая юбка.
- Hot pants – женские короткие обтягивающие шорты
- Jeggings – джеггинсы Название представляет собой совокупность леггинсов и джинсов.
- Jerkin - короткая облегающая мужская куртка, выполненная, как правило, из светлой кожи, и часто без рукавов.
- Kitten heels – туфли-лодочки на низком каблуке.

- Knickers – женские трусики
- Leggings (leg – нога, переведен с помощью транскрипции) – леггинсы, обтягивающие женские штаны.
- leg-of-mutton sleeve –рукав, широкий и свободный у плеча и узкий у локтя и запястья.
- Loafers – лоферы, легкие кожаные туфли типа мокасин.
- Long-slung jeans – джинсы с заниженной талией.
- Middy –свободная женская или детская блузка с глубоким и квадратным воротником сзади и сужающейся к передней части
- Mini skirt – мини-юбка.
- Moccasins – мокасины, традиционная обувь североамериканских индейцев.
- Monk shoes – монки.
- Monokini – монокини.
- Moonboots – луноходы, «дутиками» называются благодаря своей дутой структуре.
- Mules – мюли, туфли без пятки.
- New Look
- Nike – кроссовки фирмы найт, на сленге – найки.
- Nylon stockings - нейлоновые чулки.
- Open-toe shoes – обувь с открытым носком.
- Overall – комбинезон
- Oxford bags – широкие мешковатые брюки.
- Plain insoles – простые стельки.
- Plimsolls - легкие парусиновые туфли на резиновой подошве.
- Pussycat bow – кошачий бант.
- Ragamuffin – человек, одетый в лохмотья, бедно одетый, особенно в отношении ребенка.
- Reefer jacket - толстый двубортный жакет с облегающей отделкой.

- Rubber thongs – резиновые сланцы.
- Salopettes - брюки с высокой талией и бретельками, как правило, сделаны из мягкой ткани и подходят для катания на лыжах.
- Sandals – сандалии.
- Shopper (shop – магазин) – шопер, вместительная сумка.
- Sliders – слайдеры. Ранее – сланцы, шлепанцы.
- Slides – слайды.
- Slippers – слиперы. Ранее – домашние тапочки.
- Sneakers – кроссовки.
- Snood (snood – сетка для волос) – широкий вязаный шарф в форме кольца – метафорический перевод.
- Stripe Midi Dress With Side Splits – длинное полосатое платье с разрезами по бокам.
- Thongs – тонги, вьетнамки, сланцы, летняя обувь без задника.
- Topsiders – топсайдеры, специальная обувь из кожи, предназначенная для ходьбы по палубе.
- Trainers – спортивная обувь, кроссовки.
- Trenchcoat (trench – ров, coat – плащ, переведен с помощью транскрипции) – тренчкот, так называемая модель двубортного плаща, изначально являлся армейской одеждой Британской армии.
- Trouser suit – брючный костюм.
- T-Strap – туфли с ремешком в виде буквы «Т» на щиколотке.
- Unisex clothes – одежда «унисекс».
- Wedges – туфли на танкетке.
- Wellies – резиновые сапоги.
- Wellington – велингтоны, тип обуви, который произошел от ботфортов XIX века.
- Winklepickers – винкпикеры, остроносые ботинки на плоской подошве (вошли в мужскую моду в конце 1950-х гг.).

Парфюмерия, косметические средства.

- Absolute – абсолю. Абсолю подобны эфирным маслам, также известны как экстракты. Высокая концентрация данного ингредиента содержится в цветах и растениях.
- Accord – аккорд. Это смесь двух или более ароматов, создающих новый, совершенно другой запах.
- Amber – янтарный.
- Ambergris – амбра. Вещество, похожее по составу на воск, которое образуется в пищеварительном тракте кашалотов. В парфюмерии используется в качестве фиксатора запаха, поэтому высоко ценится.
- Aphrodisiacs – ароматы-афродизиаки. Запахи, созданные с целью привлечения противоположного пола.
- Blotter – блоттер – «промокашка», вещь, на которую консультанты в магазинах наносят аромат для пробы. Транслитерация.
- Highlighter – хайлайтер – высветляющий корректор для лица.
- Musk – мускус. ароматический компонент, выделяемый железами некоторых видов животных, который используется в парфюмерии для увеличения стойкости аромата.
- Plumper – плампер - средство, создающее кратковременный эффект увеличения объема губ, продолжающийся в среднем 1-3 часа.
- Soliflore – солифлор. Это аромат, который фокусируется на каком-либо одном цветке, лилии или розе, например. Транскрипция.
- Base Note – базовые ноты или шлейф. К базовым нотам можно отнести элементы, которые испаряются медленно.
- Chypre – шипр. Это французское слово относится к земляным, древесным и мшистым базовым нотам, с верхними нотами цитруса.
- Continuous Glow Daily Moisturiser – Дневное увлажняющее средство для лица с легким эффектом загара.

- Eue de Perfume – Душистая вода.
- Eue de Toilette – Туалетная вода.
- Eye Pencil – Карандаш для глаз.
- Fougere – фужерный аромат. Еще одно французское слово, это означает "папоротник". Он имеет дубовый мох, кумарин и ноты лаванды и основан на травянистых аккордах.
- Ghost – тень.
- Gourmand (с фр.) – кто-то, лакомый на сладости, сладкоежка. Это семейство ароматов, пахнущих съедобными ингредиентами..
- I do not object you helping me with making-up – Я согласна, чтобы ты помогла мне сделать макияж.
- Leather - Сильный, дымный запах, который проистекает из ингредиентов, используемых для загара кожи-это, как правило, используется в аромате с помощью синтетических химических веществ.
- Middle Note – сердечные или средние ноты. К средним нотам относятся вещества, которые испаряются умеренно.
- Nail Glue – Клей для ногтей.
- Oriental – ориентал. Это основная категория духов, которая имеет сладкие ноты, такие как ваниль и янтарь, а также и резкие ноты, такие как бальзамик и бензоин.
- Oud – уд – агаровое масло, веками используемое для изготовления высококачественных благовоний, которое добывается из ароматной смолистой сердцевины алойного дерева.
- Soliflore – солифлор. Это аромат, который фокусируется на каком-либо одном цветке, лилии или розе, например.
- Top Note – верхние ноты. К верхним нотам относятся вещества, которые очень быстро испаряются.

- Vetiver – ветивер. Один из самых используемых в парфюмерии компонентов , который используется в более чем 35% всех парфюмерных композиций, где играет главенствующую роль.
- Natural Beige – Естественный бежевый.
- Remove the Mask in five minutes – Не смывайте маску в течение пяти минут.
- Rose – розовый.
- She visits spa-saloon every weekend – Она посещает спа-салон каждые выходные.
- Shower Gel – Гель для душа.
- The new serum delivers double effect – Новая сыворотка обладает двойным эффектом.
- Today Tomorrow Always – Трилогия любви (название парфюма).
- Yellow Gold – Желтое золото.

Косметологические услуги.

- Acryl – акрил, смесь полимера пудры и мономера жидкости, используется для изготовления искусственных ногтей и выглядит максимально естественно.
- Anti-Aging Eye Cream – крем для кожи вокруг глаз, замедляющий процесс старения.
- Continuous Glow Daily Moisturiser – Дневное увлажняющее средство для лица с легким эффектом загара.
- Creatine – креатин.
- Criodrenage Shower Gel – гель-криодренаж для душа.
- Cryomassage – криомассаж. Массаж, при котором используется жидкий азот.

- Electrocoagulation – электрокоагуляция. Прижигание тканей при помощи электрического тока в лечебных целях.
- Facial cleansing cloths – Очищающие салфетки для лица.
- Fold up napkin and rub it until appearance of foam – Сложите салфетку и потрите ее до образования пены.
- Hyaluronic acid – гиалуроновая кислота – составная часть соединительной ткани кожи, которая придает ей мягкость и упругость.
- ionophoresis– ионофорез – вид лечения кожи с помощью гальванического тока. калькирование
- Jojoba – жожоба.
- Keep off eyes – Избегайте области вокруг глаз.
- Lifting (lift – «подъем») – лифтинг – косметологические процедуры, выполняемые с помощью косметических средств, массажа, методов аппаратной косметологии, эстетической хирургии с целью корректировки контура лица и тела, видимого улучшения внешнего вида кожи посредством усиления ее механического натяжения.
- Peeling (to peel – «очищать, снимать кожицу, шелушиться») – пилинг – обработка лица и/или тела с помощью химических и абразивных веществ с целью удаления поверхностного слоя кожи – эпидермиса – для сглаживания морщинок и неровностей от угрей.
- Razor With Extra Blades – Бритва с дополнительными лезвиями.
- Remove the Mask in five minutes – Не смывайте маску в течение пяти минут.
- Restylane – рестилайн. Препарат, используемый в контурной пластике, который состоит из гиалуроновой кислоты высокой степени очистки. Применяется для разглаживания морщин, увеличения объема и коррекции формы губ.
- Scrub (to scrub – «тереть, скрести, чистить») – скраб – средство для механического очищения кожи, содержащее твердые частички,

которые при втирании в кожу способствуют отшелушиванию отмерших клеток рогового слоя.

- Shugaring (sugar «сахар») – шугаринг – удаление нежелательных волос с помощью крепкого раствора сахара и лимонного сока.
 - Thalassotherapy – таласотерапия. Совокупность процедур с использованием морепродуктов, включающий массаж, прогревание, наложение различных компрессов и масок, обертывания.
 - Transplantation (от греч. Trans – «движение через что-то», planta «саженец, растение») – трансплантация – оперативно-технический прием пересадки органа или участка ткани (трансплантата) в пределах одного организма или от одного организма к другому (от донора к реципиенту) для замещения поврежденных или отсутствующих тканей или органов. Для этого могут использоваться человеческие, животные или искусственные ткани.
 - Ultrasound therapy – ультразвуковая терапия. Это использование высокочастотных звуковых колебаний с лечебной целью.
- Калькирование
- Warm Brown – Теплый коричневый.
 - Collagen – коллаген – белок, содержащийся во всех тканях нашего организма.
 - Cosmetic surgery – косметическая хирургия. Это любая медицинская операция, которая призвана улучшить внешний вид человека, а не его здоровье.

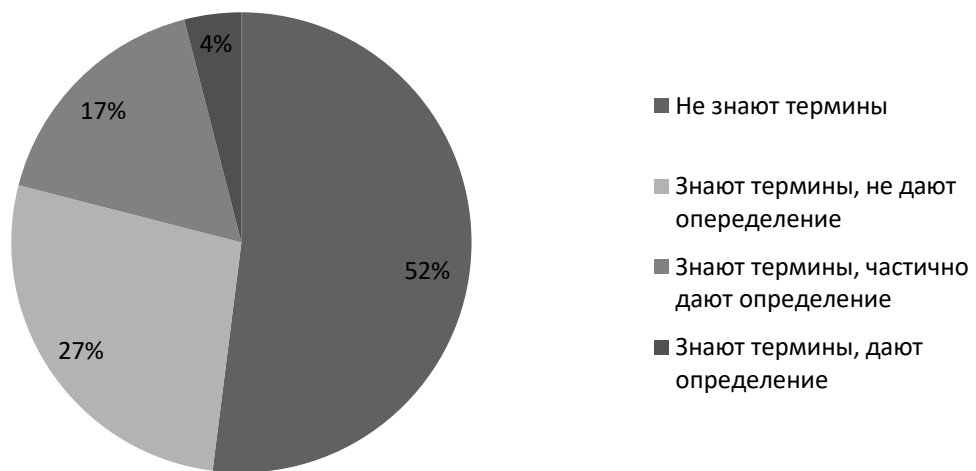
Приложение 2. Опрос «Знаете ли вы термины моды?»

Результаты опроса

1. Укажите Ваш пол.
2. Укажите Ваш возраст.
3. Укажите Ваше образовательное направление:
 - филология
 - лингвистика
 - журналистика
 - другое
4. Какие заимствованные наименования одежды Вы знаете? Можете ли дать толкование?
5. Вам знакомы следующие термины: анорак, слаксы, кюлоты, чокер, топсайдеры, бралет, джеггинсы?
6. Чем отличаются лоферы от мокасинов?
7. Что такое Киттен хилс?
8. Как бы Вы перевели на русский язык понятия
 - «long sleeve»
 - «hoodie»
 - «boyfriend jeans»
 - «snood»
9. На вашей полке есть sera, toners, balms, face packs, rouge?

Количество респондентов: 213 человек.

Опрос "Термины моды"



Возраст респондентов

